

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.09.2024 16:45:01

Уникальный программный ключ: «УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

Факультет экономики, управления и юриспруденции

Кафедра «Управление и бизнес-информатика»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по организации

учебного процесса

/ Н.С. Узунова

« 01 » февраля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Стратегическое управление и бизнес-анализ

Направление подготовки

38.04.05 Бизнес-информатика

Квалификация выпускника

Магистр

Для всех

форм обучения

Симферополь 2024

АННОТАЦИЯ	
Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01	Стратегическое управление и бизнес-анализ
Цель изучения дисциплины	Формирование у магистрантов комплекса знаний по теоретическим основам и приобретение практических навыков по вопросам стратегического управления и анализа управления организацией, выявлению бизнес-проблем, выяснению потребностей заинтересованных сторон, обоснованию решений, описывающих возможные пути реализации изменений
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)» программы магистратуры
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-4
Содержание дисциплины	Тема 1. Теоретические и методологические основы современного стратегического управления и стратегического анализа. Тема 2. Разработка стратегии. Тема 3. Концептуальные основы бизнес-анализа. Тема 4. Анализ среды, отрасли и конкурентной ситуации. Тема 5. Реализация стратегии.
Общая трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов)
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Содержание

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы магистратуры	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
5. Контроль качества освоения дисциплины	12
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	12
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	12
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	13
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	14
11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы магистратуры

Целью изучения дисциплины «Стратегическое управление и бизнес-анализ» является формирование у магистрантов комплекса знаний по теоретическим основам и приобретение практических навыков по вопросам стратегического управления и анализа управления организацией, выявлению бизнес-проблем, выяснению потребностей заинтересованных сторон, обоснованию решений, описывающих возможные пути реализации изменений.

В результате освоения ОПОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4	Способен проводить аналитические и поисковые исследования в сфере экономики, управления и ИКТ для выявления продуктовых, технологических, организационных, маркетинговых инноваций	ПК-4.1 Знает приемы и методы исследований в сфере экономики, управления и ИКТ для анализа потребностей заказчика в сфере ИКТ. ПК-4.2 Умеет проводить аналитические и поисковые исследования в сфере экономики, управления и ИКТ для выявления продуктовых, технологических, организационных, маркетинговых инноваций. ПК-4.3 Владеет основными теоретическими и эмпирическими научными методами, используемыми для поиска и выработки новых решений в области ИКТ.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Стратегическое управление и бизнес-анализ» относится к дисциплинам по выбору к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)» программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика. Дисциплина «Стратегическое управление инновациями» изучается обучающимися очной формы обучения в 4 семестре, заочной формы обучения – в 4 семестре.

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые сформированы ранее и формируются параллельно в процессе изучения дисциплин: «Современные экономические теории», «Теория систем и системный анализ», «Теория принятия решений», «Управление проектами информатизации».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 6 зачетных единиц (з.е.), 216 академических часов.

3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц 216 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	216
Контактная работа	52
Аудиторная работа(всего):	52
Лекции	10
Семинары, практические занятия	42
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	128
Курсовая работа	-
Зачет с оценкой	-
Экзамен	36

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц 216 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	216
Контактная работа	10
Аудиторная работа(всего):	10
Лекции	2
Семинары, практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	200
Курсовая работа	-
Зачет с оценкой	-
Экзамен	6

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

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Количество часов					
		ОФО	ЗФО	Контактная работа				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практические		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Теоретические и методологические основы современного стратегического управления и стратегического анализа	26	31	2	1	4		20	30
2	Разработка стратегии	36	40	2		4		30	40
3	Концептуальные основы бизнес-анализа	36	44	2		4	4	30	40
4	Анализ среды, отрасли и конкурентной ситуации	52	48	2	1	22	2	28	45
5	Реализация стратегии	30	47	2		8	2	20	45
	Всего по дисциплине	180	210	10	2	42	8	128	200
	Контроль	36	6						
	Итого	216	216	10	2	42	8	126	200

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам(разделам)

Тема 1. Теоретические и методологические основы современного стратегического управления и стратегического анализа.

Сущность стратегического управления. Особенности стратегического управления. Содержанке и структура стратегического управления. Стратегический и тактический менеджмент. Различие между стратегическим планированием и стратегическим менеджментом. Типовые бизнес-ситуации и соответствующие им стратегии.

Стратегический анализ, его роль в системе менеджмента, Системный подход и стратегический анализ. Основное средство стратегического анализа – экономико-математическое моделирование.

Процесс современного стратегического анализа и его задачи: формирование стратегического видения будущего компании; постановка целей; разработка стратегии; реализация стратегии; оценка результатов и корректировка стратегического видения с учетом изменившихся условий.

Тема 2. Разработка стратегии.

Стратегические цели и их декомпозиция. Стратегические целевые приоритеты. Критерии приоритетности. Этапы процесса разработки стратегии. Иерархия управления и уровни стратегии: корпоративная стратегия; бизнес-стратегия; функциональная стратегия; оперативная стратегия. Составляющие стратегии компании. Видимые и скрытые элементы

стратегии, Стратегия диверсификации. Портфельная стратегия. Алгоритм разработки портфельной стратегии организации.

Формы стратегического планирования: а) по степени неопределенности; б) в зависимости от временной ориентации; в) по горизонту планирования. Особенности стратегического планирования. Этапы стратегического планирования.

Методика разработки стратегии организации. Этап 1. Разработка миссии организации. Этап 2. Проведение многофакторного системного стратегического анализа организации и ее внешней среды. Этап 3. Формирование двух-трех вариантов планов стратегии организации на основе утвержденной миссии. Этап 4. Разработка портфеля стратегий организации, включающего стратегии отдельных бизнесов, стратегии функциональных подсистем организации и операционных стратегий. Формирование возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей.

Подходы к оценке и контролю стратегии, оценочные методы. Стратегический анализ рисков предприятия. Необходимость стратегии для МСП и ее формирование на основе подхода Остервальдера.

Тема 3. Концептуальные основы бизнес-анализа.

Определение понятия «бизнес-анализ». Два основных этапа бизнес-анализа: 1) сравнение намеченных фирмой ориентиров и реальных возможностей, предлагаемых средой, анализ разрыва между ними; 2) анализ возможных вариантов будущего фирмы, определение стратегических альтернатив. Информационная база стратегического анализа. Стратегический анализ макросреды. Стратегический анализ внутренней среды.

Различие сущности концепций бизнес-анализа и комплексного экономического анализа. Методологические принципы бизнес-анализа, основанные на стейкхолдерском подходе. Бизнес-анализ в зарубежной аналитической практике. Руководство ВАВОК – Международный свод знаний по бизнес-анализу. Центральная концептуальная модель по бизнес-анализу (ВАССМ). Шесть ключевых концепций в модели ВАССМ.

Характеристика профессии бизнес-аналитика. Компетенции бизнес-аналитика.

Тема 4. Анализ среды, отрасли и конкурентной ситуации.

Назначение и уровни анализа внешней среды, Методы анализа макросреды: PEST-анализ. Анализ заинтересованных групп (стейкхолдеров): типы, матрица групп в зависимости от природы и вилы их влияния на организацию; этапы проведения анализа заинтересованных групп (стейкхолдеров). Анализ среды непосредственного окружения (микросреды). Основные составляющие микросреды: конкуренты, поставщики и потребители. Методы анализа отрасли и конкуренции.

Тема 5. Реализация стратегии.

Реализация стратегии как набор конкретных действий по воплощению стратегии: развитие компетенций и возможностей организации, оценка деятельности, отслеживание среды, внесение корректировок, Основные задачи и рамки реализации стратегии. Главные управленческие компоненты осуществления стратегии.

Управление процессом реализации стратегии. Формирование эффективной организации: подбор кадров на ключевые должности; повышение компетентности; адаптация организационной структуры и стратегии. Задачи и ключевые функции подразделения стратегического развития. Ресурсы, политика, передовой опыт, поддерживающие системы и стимулы: соответствие стратегии ресурсам; разработка политики и процедур, способствующих реализации стратегии. Формирование культуры, благоприятствующей стратегии. Стратегическое лидерство. Основные задачи лидера как проводника стратегии.

Оценка эффективности реализации стратегий.

Формы и интенсивность конкуренции. Пять факторов конкуренции (модель Портера). Анализ отраслевых рынков: границы анализа, основные характеристики отрасли; схема Абея, цепочка создания добавленной стоимости в отрасли, сценарное планирование. Ключевые факторы успеха – источники конкурентного преимущества организации в отрасли. Анализ потребителей на рынке B2C. Анализ потребителей на рынке B2B. Анализ стратегических групп и конкурентов. Причины изменений в структуре конкуренции и внешней среде. Движущие силы конкуренции. Разработка стратегии с учетом специфики отрасли и ситуации. Стратегии для неконкурентоспособных компаний и компаний в состоянии кризиса.

Методы анализа внутренней среды организации: SNW-анализ стратегического потенциала. Классификация и оценка ресурсов организации. Назначение и методы анализа относительной важности ресурсов организации. Функциональная классификация организационных способностей (компетенций) организации. Назначение и методы эффективного достижения целей организации, GAP-анализ. SWOT-анализ. Способы анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности организации для целей стратегического анализа внутренней среды.

4.3. Содержание практических занятий (очная форма обучения)

<p>Практическое занятие 1-2. Формирование стратегического видения будущего компании (4 часа)</p> <p>Подготовьте следующие данные о существующей или новой организации.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Название организации. 2. Оргструктура. 3. Краткие сведения об организации: географическое положение, виды деятельности, персонал, управление, положение на рынке, особенности ведения бизнеса. 4. Конкуренты, клиенты, поставщики, партнеры организации (официальные названия организаций и оценка их положения на рынке относительно исследуемой организации). 5. Сформулируйте в письменном виде наиболее острые для исследуемой организации проблемы, которые необходимо разрешить в будущем. 6. Инвестиции и сроки, требуемые для реализации проекта.
<p>Практическое занятие 3-4 Понятие о миссии организации и ее связи со стратегией (4 часа)</p> <p>Семь пунктов документа «Миссия организации»:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ценности организации; 2) продукты и / или услуги, производимые и / или оказываемые организацией; 3) стратегические целевые приоритеты организации на стратегический период (два – три); 4) рынок позиционирования организации: клиенты, поставщики, партнеры; 5) способы расширения рынка позиционирования организации; 6) ключевые технологии управления маркетингом и / или производством организации; 7) стратегические принципы финансирования и развития организации.
<p>Практическое занятие 5-6. Представление о рынке позиционирования организации на начало и окончание стратегии (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Первичный анализ конкурентов организации в стратегический период по КФУ (ключевые факторы успеха организации). 2. Первичный анализ потенциальных потребителей, партнеров и поставщиков организации в стратегический период. <p>Результаты анализа представить в табличном виде и в виде лепестковой диаграммы.</p>
<p>Практическое занятие 7. Методы анализа непосредственного окружения (микросреды) (2 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Модель пяти сил конкуренции по М. Портеру. 2. Построение матрицы сравнения предприятия с конкурентами. 3. Построение матрицы оценки поставщиков.

4. Построение матрицы оценки потребителей на B2B рынке.
Практическое занятие 8. Методы анализа внутренней среды и ресурсов организации (2 часа)
1. Составляющие внутренней среды. 2. Контрольный лист диагностики внутренней среды организации.
Практическое занятие 9-10. Анализ и оценка конкурентных преимуществ организации (4 часа)
1. КФУ – ключевые факторы успеха организации: ключевые отличия организации и отличительные компетенции организации. 2. Методы исследования: мозговой штурм, экспертная оценка, системный анализ, ситуационный анализ, взвешенная оценка. 3. Заполнение профильной матрицы оценки конкурентных преимуществ организации. 4. Расчет интегрального показателя конкурентных преимуществ.
Практическое занятие 11-12. Метод SWOT-анализа ближней внешней среды организации (4 часа)
1. Составление списка сильных и слабых сторон организации. 2. Ранжирование возможностей и угроз организации путем применения метода позиционирования. а также список угроз и возможностей. 3. Составление матрицы SWOT. 4. Разработка альтернативных стратегических целей / планов по реализации СЦП (стратегических целевых приоритетов).
Практическое занятие 13-14. PEST-анализ – один из основных инструментов стратегического анализа внешней среды функционирования компании (4 часа)
1. Факторы PEST-анализа (политика, экономика, социум, технологии). 2. Этапы PEST-анализа. 3. Разработка / доработка альтернативных стратегических целей.
Практическое занятие 15-16. Метод SNW-анализа внутренней среды организации (4 часа)
1. Подбор параметров (элементов внутренней среды), которые прямо или косвенно влияют на выручку, конкурентоспособность и эффективность работы предприятия. 2. Поиск и расчет среднерыночных значений по каждому фактору. 3. Оценка компании по каждому фактору. 4. Выводы о текущей ситуации на предприятии и список рекомендаций по укреплению нейтральных и сильных элементов среды и устранению слабых. 5. Завершение разработки альтернативных стратегических целей / планов по реализации СЦП.
Практическое занятие 17. Стратегический бенчмаркетинг (2 часа)
1. Цели стратегического бенчмаркинга. 2. Три вида бенчмаркетинга: внутренний бенчмаркинг, бенчмаркинг, ориентированный на конкурентов, функциональный бенчмаркинг. 3. Этапы проведения бенчмаркинга: определение объекта анализа превосходства, сбор информации, анализ информации, формирование программы бенчмаркинга предприятия.
Практическое занятие 18-19. Метод анализа разрыва (GAP-анализ) (4 часа)
1. Метод анализа разрыва по ключевым показателям: 1) Определение приоритетного показателя предприятия, описанного в стратегии. 2) Выяснение реальных возможностей предприятия с точки зрения текущего состояния среды и предполагаемого будущего состояния (через 3–5 лет). 3) Определение желаемой тенденции изменения показателя стратегического плана. 4) Установление разницы между показателями стратегического плана и возможностями, обусловленными реальным положением предприятия. 5) Разработка специальных программ и способов действий, необходимых для ликвидации разрывов.

2. Определение разницы между наиболее оптимистическими ожиданиями и самыми скромными прогнозами.
3. Оценка выбранной стратегии.
4. Стратегический контроль на функциональном уровне, на уровне СЗХ (стратегическая зона хозяйствования) и на уровне корпорации.

Практическое занятие 20-21. Управление в условиях стратегических неопределенностей (4 часа)

1. Четыре уровня неопределенности. Подходы к разработке стратегии на каждом уровне неопределенности.
2. Пять уровней осведомленности (И. Ансофф). Управление по сильным и слабым сигналам.
3. Система реагирования на ситуации, возникающие при стратегических неожиданностях в компании. Прескриптивная аналитика.
4. Стратегический анализ рисков предприятия. Этапы анализа и оценки рисков отдельного предприятия.
5. Мониторинг и измерение рисков. Элементы эффективной системы мониторинга рисков.
6. Информация, которая характеризует факторы риска.

4.4. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Теоретические и методологические основы современного стратегического управления и стратегического анализа.

1. Модель сбалансированной системы показателей.
2. Взаимосвязь миссии организации с интересами сторон.
3. Требования к целям организации. Правило SMART.
4. Типовые (базисные, эталонные) корпоративные стратегии.

Тема 2. Разработка стратегии.

1. Иерархия (пирамида) стратегий организации.
2. Стратегии конкуренции за потребителя.
3. Стратегии конкуренции против конкурентов Ф. Котлера.
4. Стратегии конкуренции против конкурентов Дж. Траута.
5. Стратегии организации по типу инновационного поведения.
6. Стратегии роста бизнеса И. Ансоффа.
7. Стратегии изменения масштаба бизнеса Ф. Котлера.
8. Этапы выполнения оценки рисков согласно ГОСТ Р 58771-2019 «Менеджмент риска. Технологии оценки риска».
9. Технологии выявления мнений причастных сторон и экспертов согласно ГОСТ Р 58771-2019 «Менеджмент риска. Технологии оценки риска».

Тема 3. Концептуальные основы бизнес-анализа.

1. Метод кейсов в бизнес-анализе.
2. Профессиональные задачи и необходимые умения бизнес-аналитика при выполнении трудовой функции «Обоснование решений» согласно профессиональному стандарту 08.037 «Бизнес-аналитик».
3. Профессиональные задачи и необходимые умения бизнес-аналитика при выполнении трудовой функции «Управление бизнес-анализом» согласно профессиональному стандарту 08.037 «Бизнес-аналитик».
4. Профессиональные задачи и необходимые умения бизнес-аналитика при выполнении трудовой функции «Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации» согласно профессиональному стандарту 08.037 «Бизнес-аналитик».

Тема 4. Анализ среды, отрасли и конкурентной ситуации.

1. Цели, виды, этапы бенчмаркетинга.
2. Анализ рынка для целей бизнес-анализа.
3. Описание пяти сил конкуренции по М. Портеру.

4. Метод SWOT-анализа. Примеры возможных сильных и слабых сторон организации, примеры возможностей и угроз.
5. Метод SPACE-анализа.
6. Метод составления профиля организации.

Тема 5. Реализация стратегии.

1. Модель стратегического управления ИТ и основные элементы системы стратегического управления ИТ согласно ГОСТ Р 58608-2019/ISO/IEC TR 38502:2017 «Информационные технологии. Стратегическое управление ИТ. Структура и модель».
2. Использование карты бизнес-возможностей.
3. Матрица «товар / рынок» Игоря Ансоффа.
4. Формирование эффективной организации: подбор кадров на ключевые должности; повышение компетентности.
5. Задачи и ключевые функции подразделения стратегического развития.
6. Формирование культуры, благоприятствующей стратегии.

5. Контроль качества освоения дисциплины

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации «Образовательная организация высшего образования» «Университет экономики и управления».

Вид промежуточной аттестации – экзамен.

Фонд оценочных средств по дисциплине приведен в приложении к РПД.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Мочалова, Л. А. Стратегический анализ и планирование : учебник / Л. А. Мочалова, В. И. Власов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 154 с. — ISBN 978-5-4497-1549-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117868.html> (дата обращения: 17.11.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/117868>
2. Клавсуц, И. Л. Стратегический менеджмент : учебное пособие / И. Л. Клавсуц, Д. А. Клавсуц. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2022. — 115 с. — ISBN 978-5-7782-4675-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126600.html> (дата обращения: 16.11.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Воронин, А. Д. Стратегический менеджмент : учебник / А. Д. Воронин, А. В. Королев. — Минск : Вышэйшая школа, 2022. — 272 с. — ISBN 978-985-06-3409-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129945.html> (дата обращения: 28.12.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Современный стратегический анализ : учебно-методическое пособие / И. С. Вода, М. А. Гракова, Т. М. Савельева [и др.]. — Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2023. — 167 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/135138.html> (дата обращения: 05.12.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Мазилкина, Е. И. Бизнес-планирование : учебное пособие для бакалавров / Е. И. Мазилкина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 268 с. — ISBN 978-5-4497-1869-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/127568.html> (дата обращения: 05.12.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Управленческий анализ в бизнесе : учебное пособие / Н. В. Дюженкова, Н. В. Молоткова, О. Ю. Радько, Д. Л. Хазанова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 81 с. — ISBN 978-5-8265-2429-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123048.html> (дата обращения: 20.12.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Сербулова, Н. М. Стратегический анализ внешней среды предприятия : учебное пособие / Н. М. Сербулова, И. В. Баранова. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2022. — 42 с. — ISBN 978-5-7890-2064-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130423.html> (дата обращения: 26.10.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Самогородская, М. И. Стратегический менеджмент : практикум / М. И. Самогородская. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 192 с. — ISBN 978-5-7731-0924-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111488.html> (дата обращения: 20.10.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

9. Шохнех, А. В. Стратегическое управление и бизнес-анализ : учебное пособие / А. В. Шохнех. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2023. — 239 с. — ISBN 978-5-9935-0447-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129114.html> (дата обращения: 23.11.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Основы бизнес-анализа деятельности корпорации : учебное пособие / Р. И. Сафиуллаева, И. И. Глотова, Л. В. Агаркова [и др.]. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129593.html> (дата обращения: 13.11.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Березовская, Е. А. Работа с сервисом бизнес-аналитики Yandex DataLens : учебное пособие / Е. А. Березовская, С. В. Крюков. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2022. — 92 с. — ISBN 978-5-9275-4119-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127096.html> (дата обращения: 09.11.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Информационно-правовой портал «Гарант»: официальный сайт. — URL: <http://www.garant.ru> — Текст: электронный.

2. Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»: официальный сайт. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> — Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «elibrary.ru»: официальный сайт. — URL: <http://www.elibrary.ru> — Текст: электронный.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, семинарских (практических) занятий, самостоятельной работе обучающихся применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения обучающихся в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по

разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и обучающиеся) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

– творческое задание. Выполнение творческих заданий требует от обучающегося воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода;

– групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

В ходе освоения дисциплины при проведении контактных занятий используются следующие формы обучения, способствующие формированию компетенций: лекции-дискуссии; кейс-метод; решение задач; ситуационный анализ; обсуждение рефератов и докладов; разработка групповых проектов; встречи с представителями государственных и общественных организаций.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

*программы, обеспечивающие доступ в сеть «Интернет» (например, «Googlechrome»);

*программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows MediaPlayer»);

*программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины требуются специальные материально-технические средства (компьютерные классы и т.п.). Во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала, мультимедийные проекторы Epson, BenqViewSonic; экраны для проекторов; ноутбуки Asus, Lenovo, микрофоны.