

Министерство культуры Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
врио ректора

Сертификат: 00f1233eba3405dd3da37c46e08d7ca920
Основание: УТВЕРЖДАЮ
Дата утверждения: 21 июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

«Стратегическое управление в медиаиндустрии»

Наименование ОПОП: Управление предприятиями телевизионной индустрии

Направление подготовки: 42.04.04 Телевидение

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: проектной деятельности в медиаиндустрии

Общая трудоемкость дисциплины составляет 135 астроном. час. / 5 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 54,7 час.

самостоятельная работа: 80,3 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждения)	2,3
выступление на конференции по тематике	3
выступление на конференции по тематике дисциплины	2
подготовка доклада	2
посещение занятий	2,3
практикум	2
тестирование	3
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	2
зачет с оценкой	3
курсовая работа	3

Рабочая программа дисциплины «Стратегическое управление в медиаиндустрии» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.04 Телевидение (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 530)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Управление предприятиями телевизионной индустрии» по направлению подготовки 42.04.04 Телевидение

Составитель(и):

Байков Е.А., Проф. кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии, д.в.н.

Селиверстова Н.А., Доц. кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии, к.э.н.

Рецензент(ы):

Скобелев В.Л., доцент, канд. экон. наук

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

О.А. Чеснова

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

сформировать базовые теоретические знания в области стратегического менеджмента в условиях становления и развития рыночных отношений; приобрести основные практические навыки управления в медиаиндустрии, когда предприятия и организации вынуждены принимать стратегические решения в относительно нестабильной среде с высоким уровнем неопределенности.

Задачи дисциплины:

1. Расширить теоретические знания и практические навыки по определению возникающих возможностей и оценке угроз предприятию медиаиндустрии, исходя из анализа внешней среды и особенностей (сильных и слабых сторон) предприятий.
2. Развить умения формулировать миссию и главные цели предприятия медиаиндустрии с учетом стратегического анализа, разрабатывать стратегии на корпоративном уровне, уровне хозяйственных и функциональных подразделений.
3. Сформировать представление об особенностях стратегического управления предприятием или организацией медиаиндустрии в условиях нестабильной, быстро изменяющейся среды, определении стратегической привлекательности зон хозяйствования.
4. Дать представление о возможных вариантах стратегий, методах разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии предприятия или организации медиаиндустрии.
5. Научиться применению на практике навыков разработки мероприятий по стратегическому планированию и реализации стратегии с учетом возможности сопротивления изменениям.
6. Обрести базовые навыки владения методами стратегического планирования и контроля, разработки систем контроля реализации стратегии в медиаиндустрии.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Законодательное регулирование в медиаиндустрии

Командный менеджмент в телеиндустрии

Управление проектами в медиасфере

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Преддипломная практика

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Универсальные компетенции

УК-1 — Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

УК-1.3 — Вырабатывает стратегию действий, преобразует проблемные ситуации в последовательность четких и конкретных задач.

Знает: теоретические основы стратегического менеджмента в условиях рыночной экономики;

отечественный и зарубежный опыт в области стратегического управления и

стратегического менеджмента, рациональной организации экономической деятельности предприятия медиаиндустрии;

Умеет: оценивать стратегическую ситуацию в соответствии с условиями внешней и внутренней среды;

Владеет: навыками обоснования и выбора стратегических управленческих решений;

УК-2 — Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-2.1 — Разрабатывает проект с учетом анализа альтернативных вариантов его реализации, определяет целевые этапы, основные направления работ, ресурсное обеспечение, критерии оценки результатов.

Знает: принципы и методы принятия и реализации стратегических экономических и управленческих решений;

основные категории стратегического менеджмента;

Умеет: осуществлять выбор главных целей, задач и стратегий развития предприятия медиаиндустрии;

принимать стратегические организационные и структурные решения при осуществлении деятельности предприятия медиаиндустрии;

Владеет: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в сфере стратегического управления;

УК-3 — Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-3.1 — Вырабатывает стратегию достижения поставленной цели, определяет функции членов команды.

Знает: основы стратегического анализа внешней и внутренней среды предприятия медиаиндустрии;

сущность, содержание и особенности основных видов стратегий предприятия (организации);

Умеет: выявлять стратегические проблемы экономического и социального характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;

Владеет: методами стратегического анализа экономических и социальных процессов;

Профессиональные компетенции

Вид деятельности: производственно-технологический.

ПК-5 — Способен системно организовывать и управлять производственным процессом выпуска аудиовизуального продукта с применением современных технологий.

ПК-5.2 — Использует в своей деятельности системный подход при создании телевизионного и мультимедийного продукта с учетом применения современных технологий.

Знает: основы стратегического планирования и контроля; особенности стратегического управления предприятиями медиаиндустрии в условиях нестабильной среды.

Умеет: анализировать и осуществлять основные функции стратегического менеджмента;

оценивать эффективность стратегических управленческих решений.

Владеет: практическими навыками топ-менеджера (формулирования видения, миссии и главных целей предприятия, разработки стратегий, стратегического планирования и контроля, осуществления коммуникаций, управления конфликтами и стрессами и др.);

методами экономического анализа итоговых результатов

производственно-хозяйственной деятельности предприятия медиаиндустрии и его подразделений, оценки стратегических рыночных позиций предприятия.

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 135 астроном. час. / 5 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 54,7 час.
самостоятельная работа: 80,3 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	2
зачет с оценкой	3
курсовая работа	3

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	2	3	Итого
Лекции	12	0	12
Практические	12	24	36
Консультации	2	4	6
Самостоятельная работа	24	45	69
Самостоятельная работа во время сессии	3,7	7,6	11,3
Итого	53,7	80,6	134,3

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Основы стратегического менеджмента

Основные категории стратегического менеджмента. Особенности стратегического управления в медиаиндустрии.

Тема 2. Основные составляющие стратегического управления

Основные этапы стратегического управления. Стратегические установки предприятия медиаиндустрии. Виды стратегий.

Тема 3. Стратегический анализ

Анализ внешней среды предприятия медиаиндустрии. Анализ внутренней среды предприятия. Методы стратегического анализа.

Тема 4. Корпоративная стратегия

Основное содержание корпоративной стратегии в медиаиндустрии. Стратегия концентрированного роста. Стратегия диверсификации. Глобальная стратегия.

Тема 5. Бизнес - стратегии

Базисные конкурентные стратегии. Инвестиционные стратегии. Отраслевые стратегии.

Тема 6. Функциональные стратегии

Стратегия маркетинга. Производственная стратегия. Финансовая стратегия. Стратегия управления персоналом.

Тема 7. Стратегия внешнеэкономической деятельности

Основы стратегии внешнеэкономической деятельности организации медиаиндустрии. Организационная структура аппарата управления и стратегия внешнеэкономической деятельности.

Тема 8. Стратегическое планирование

Система внутрифирменного стратегического планирования организации медиаиндустрии. Бизнес-планирование. Дорожное картирование в стратегическом планировании.

Тема 9. Реализация стратегий

Основные положения, характеризующие реализацию стратегий. Основные условия реализации стратегий. Особенности реализации стратегий в условиях нестабильности медиаиндустрии.

Тема 10. Особенности стратегического менеджмента на предприятиях медиаиндустрии

Особенности стратегий развития предприятий киноиндустрии. Особенности стратегий развития телерадиокомпаний. Особенности стратегического менеджмента в медиахолдингах.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Основы стратегического менеджмента	1,5	0	0	1,5	0	0	3
2	Основные составляющие стратегического управления	1,5	0	0	1,5	0	0	3
3	Стратегический анализ	1,5	0	0	1,5	0	0	3
4	Корпоративная стратегия	1,5	0	0	1,5	0	0	3
5	Бизнес - стратегии	1,5	0	0	1,5	0	0	3
6	Функциональные стратегии	1,5	0	0	1,5	0	0	3
7	Стратегия внешнеэкономической деятельности	1,5	0	0	1,5	0	0	3
8	Стратегическое планирование	1,5	0	0	1,5	0	0	3
9	Реализация стратегий	0	0	0	9	0	0	9
10	Особенности стратегического менеджмента на предприятиях медиаиндустрии	0	0	0	15	0	0	15
	ВСЕГО	12	0	0	36	0	0	48

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Стратегическое управление в медиаиндустрии» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Основы стратегического менеджмента».	1,5
2	Тема: «Основные составляющие стратегического управления».	1,5
3	Тема: «Стратегический анализ ».	1,5
4	Тема: «Корпоративная стратегия».	1,5
5	Тема: «Бизнес - стратегии ».	1,5
6	Тема: «Функциональные стратегии ».	1,5

7	Тема: «Стратегия внешнеэкономической деятельности».	1,5
8	Тема: «Стратегическое планирование».	1,5
9	Тема: «Реализация стратегий».	9
10	Тема: «Особенности стратегического менеджмента на предприятиях медиаиндустрии».	15

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Стратегическое управление в медиаиндустрии».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждения)	2,3
выступление на конференции по тематике	3
выступление на конференции по тематике дисциплины	2
подготовка доклада	2
посещение занятий	2,3
практикум	2
тестирование	3
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	2
курсовая работа	3
зачет с оценкой	3

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Курсовая работа выполняется в виде исследования на одну из предложенных преподавателем тем. В курсовой работе должны быть изложены теоретические вопросы по выбранной теме, а также исследование конкретного предприятия медиаиндустрии на выбранную тематику.

Перечень тем курсовых работ

1. Комплекс «маркетинг-микс» как основа управления в маркетинге предприятия медиаиндустрии.
2. Применение технологий «маркетинг-менеджмента» в деятельности предприятия медиаиндустрии.
3. Организация контроля и аудита в маркетинговой деятельности предприятия медиаиндустрии.
4. Информационное обеспечение маркетинга предприятия медиаиндустрии.
5. Виды и методы маркетинговых исследований, применяемые предприятием медиаиндустрии.

6. Анализ микромаркетинговой среды предприятия медиаиндустрии.
7. Анализ макромаркетинговой среды предприятия медиаиндустрии.
8. Сегментирование рынка в деятельности предприятия медиаиндустрии.
9. Позиционирование продукции предприятия медиаиндустрии на рынке.
10. Исследование рынка потребителей продукции предприятия медиаиндустрии.
11. Повышение конкурентоспособности предприятия медиаиндустрии.
12. Товарная политика предприятия медиаиндустрии.
13. Ценовая политика предприятия медиаиндустрии.
14. Сбытовая политика предприятия медиаиндустрии.
15. Проведение коммуникативной кампании предприятием медиаиндустрии.
16. Медиапланирование в деятельности предприятия медиаиндустрии.
17. Организация пропаганды и PR (паблик рилейшнс) в маркетинговой деятельности предприятия медиаиндустрии.
18. Стимулирование сбыта предприятия медиаиндустрии.
19. Использование личных продаж в деятельности предприятия медиаиндустрии.
20. Спосоринг в деятельности предприятия медиаиндустрии.
21. Брендинг в деятельности предприятия медиаиндустрии.
22. Использование интерактивного маркетинга в деятельности предприятия медиаиндустрии.
23. Применение интернет-маркетинга в деятельности предприятия медиаиндустрии.
24. Использование технологий нейромаркетинга в деятельности предприятия медиаиндустрии.
25. Применение партизанского маркетинга в деятельности предприятия медиаиндустрии.
26. Использование технологий вирусного маркетинга в деятельности предприятия медиаиндустрии.
27. Продвижение в социальных сетях применительно к деятельности предприятия медиаиндустрии.
28. Разработка стратегии маркетинга предприятия медиаиндустрии.
29. Разработка плана маркетинга предприятия медиаиндустрии.
30. Особенности комплекса международного маркетинга корпоративного предприятия медиаиндустрии.
31. Исследование рынка телевизионной рекламы в Санкт-Петербурге (или другом городе по выбору студента).
32. Исследование рынка наружной рекламы в Санкт-Петербурге (или другом городе по выбору студента).
33. Маркетинговое исследование зрительского спроса на кинопродукцию.
34. Маркетинговое исследование рынка образовательных услуг в Санкт-Петербурге (или другом городе по выбору студента).
35. Совершенствование деятельности рекламного агентства.

Описание шкал оценивания и методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков, и характеризующие этапы формирования компетенций

85-100 отлично Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. Оформление отвечает требованиям написания курсовой работы. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, адекватно ответить на поставленные вопросы.

70-84 хорошо Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, однако умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщения и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается

логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затруднялся отвечать на поставленные вопросы.

56-69 удовлетворительно Исследование не содержит элементы новизны. Студент не в полной мере владеет теоретическим материалом по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты студент затрудняется в представлении результатов исследования и ответах на поставленные вопросы.

0-55 неудовлетворительно Студент не владеет теоретическим материалом. Материал излагается нелогично, структура работы не выдержана. Во время защиты студент не может ответить на поставленные вопросы.

Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждения):

Тема 1. Основы стратегического менеджмента

1. Когда стратегический менеджмент, как наука и как практика, появился за рубежом и в России?
2. Что такое стратегический менеджмент?
3. Что такое стратегия?
4. В чем заключается сущность стратегического менеджмента?
5. Что такое стратегическое управление?
6. Что такое стратегическое решение?
7. Приведите примеры стратегических решений.

Тема 2 Основные составляющие стратегического управления

1. Каковы основные этапы процесса управления?
2. Каковы основные этапы процесса стратегического управления?
3. Что включает в себя определение стратегических установок?
4. Какие факторы оцениваются при анализе внешней и внутренней среды предприятия?
5. Почему процесс разработки и принятия стратегических решений, как правило, бывает итеративным?
6. Что такое миссия предприятия?
7. Какие аспекты должна отражать формулировка миссии?

Тема 3 Стратегический анализ

1. Что такое возможности предприятия?
2. Что понимается под угрозами предприятию?
3. Какие факторы исследуются при анализе макросреды предприятия?
4. Какие факторы исследуются при анализе микросреды предприятия?
5. Каковы основные типы внешней среды предприятия?
6. Что понимается под отраслевым анализом?
7. Что такое барьеры входа в отрасль?

Тема 4 Корпоративная стратегия

1. Дайте определение корпоративной стратегии.
2. Назовите составные элементы корпоративной стратегии.
3. Дайте определение генеральной стратегии.
4. Каковы могут быть разновидности генеральной стратегии?
5. В чем суть стратегии концентрированного роста?
6. Каковы рекомендации Бостонской консультационной группы СЕБ в зависимости от их попадания в тот или иной квадрант матрицы БКГ?
7. Каковы рекомендации по количественному составу сбалансированного корпоративного

портфеля предприятия при реализации стратегии концентрированного роста?

Тема 5 Бизнес - стратегии

1. Что понимается под деловой или бизнес-стратегией?
2. Каковы основные направления достижения конкурентных преимуществ медиапредприятия?
3. Что собой представляет стратегия лидерства в издержках?
4. Каковы основные направления для достижения дифференциации на предприятии?
5. Каковы необходимые рыночные условия для реализации бизнес-стратегий?
6. Каковы основные риски при реализации бизнес- стратегий?
7. Каким предприятиям социально-культурной сферы свойственна стратегия лидерства в издержках, дифференциации? Ответ обоснуйте примерами.

Тема 6 Функциональные стратегии

1. Что собой представляет стратегия маркетинга?
2. Перечислите составные элементы производственной стратегии.
3. Что составляет основу финансовой стратегии?
4. Какие существуют разновидности стратегии управления персоналом?
5. Какие возможны варианты стратегических решений позиционирования товаров предприятия?
6. Какие стратегические решения принимаются в рамках товарной стратегии?
7. Что такое концепция товара?

Тема 7 Стратегия внешнеэкономической деятельности

1. Какие содержательные элементы может включать внешнеэкономическая (международная) деятельность компании?
2. Что понимается под стратегией внешнеэкономической деятельности фирмы?
3. В чем заключаются различия между стратегией внешнеэкономической деятельности компании, глобальной и международной стратегиями?
4. В чем заключаются стратегические цели предприятия-экспортера?
5. В чем состоят стратегические цели предприятия-импортера?
6. Каковы основные виды внешнеэкономической стратегии государства, и каким образом они отражаются на международной деятельности компании?
7. Каковы основные виды стратегии внешнеэкономической деятельности при выходе на зарубежные рынки?

Тема 8 Стратегическое планирование

1. Что такое стратегическое планирование?
2. Чем отличается стратегия от плана?
3. Что представляет собой система интегрированного внутрифирменного стратегического планирования организации?
4. Какие различают виды планирования?
5. Какие существуют этапы плановой деятельности?
6. Каковы составные элементы системы планов организации?
7. Что собой представляет стратегический план организации?

Тема 9 Реализация стратегий

1. Перечислите основные этапы оперативного управления процессом реализации стратегий организации.
2. Какие инструменты (документы) непосредственного управления могут использоваться при организации работ по оперативному управлению процессом реализации стратегий и планов?

3. Какие разновидности анализа эффективности реализации стратегий и планов существуют и в чем их суть?
4. Перечислите основные условия реализации стратегий организации.
5. Какие стратегии свойственны предприятию при линейной организационной структуре?
6. Какие стратегии свойственны предприятиям с функциональной организационной структурой?
7. Какие стратегии характерны для компаний с дивизиональной организационной структурой?

Тема 10 Особенности стратегического менеджмента на предприятиях медиаиндустрии

1. Перечислите участников кинорынка, влияющих на выбор стратегии развития предприятий киноиндустрии.
2. Какие факторы влияют на принятие стратегических управленческих решений предприятий кинопроизводства, кинопроката и киносетей?
3. Должна ли стратегия продвижения кинопроекта соответствовать стратегиям предприятий кинопроизводства, кинопроката и киносетей? Как этого достичь?
4. Какие причины побуждают совершать интеграцию в киноиндустрии?
5. В чем состоит различие между формами интеграции кинопредприятий?
6. Как влияет макросегмент телевизионной аудитории на выбор стратегии развития телерадиокомпаний?
7. В чем заключается специфика методов изучения потребностей целевой зрительской аудитории?

Примерный перечень тем докладов (2 семестр):

1. Стратегия развития предприятия.
2. Корпоративная стратегия предприятия.
3. Генеральная стратегия предприятия.
4. Стратегия диверсификации предприятия.
5. Стратегия связанной прямой вертикальной диверсификации предприятия.
6. Стратегия связанной обратной вертикальной диверсификации предприятия.
7. Стратегия связанной горизонтальной диверсификации предприятия.
8. Стратегия конгломератной диверсификации предприятия.
9. Бизнес-стратегия предприятия.
10. Конкурентная стратегия предприятия.
11. Стратегия лидерства в издержках предприятия.
12. Стратегия дифференциации предприятия.
13. Стратегия фокусирования предприятия.
14. Стратегия первопроходца предприятия.
15. Инвестиционная стратегия предприятия.
16. Отраслевая стратегия предприятия.
17. Функциональные стратегии предприятия.
18. Стратегия маркетинга предприятия.
19. Финансовая стратегия предприятия.
20. Стратегия управления персоналом предприятия.
21. Стратегический план предприятия.
22. Бизнес-план предприятия.
23. Реорганизация организационной структуры предприятия в соответствии с новой стратегией.
24. Реорганизация системы управления предприятием в соответствии с новой стратегией.
25. Реорганизация системы управления персоналом предприятия в соответствии с новой стратегией.
26. Реорганизация организационной культуры предприятия в соответствии с новой стратегией.

стратегией.

Тестовые задания

3 семестр

1. Теория и практика обеспечения конкурентоспособности и процветания предприятия путем разработки и реализации а.стратегии при возложении ответственности за эту работу на его руководителей

б.стратегическое управление

в.стратегия

г.стратегическое управление в медиаиндустрии

д.стратегический процесс

2. Комплексная стратегия, описывающая общее направление роста предприятия, развития его производственно-сбытовой а.деятельности

б.инновационная стратегия

в.корпоративная стратегия

г.бизнес-стратегия

д.функциональная стратегия

3. Факторы, рассматривающиеся при анализе макросреды предприятия

а.технологические

б.конкурентные

в.НИОКР

г.производственные

4. Стратегия,направленная на достижение конкурентных преимуществ за счет низких затрат на некоторые важные элементы а.товара или услуги и соответственно более низкой себестоимости по сравнению с конкурентами

б.стратегия фокусирования

в.стратегия дифференциации

г.стратегия лидерства в издержках

д.стратегия первопроходца

5. Главный элемент резюме бизнес-плана организации

а.сжатое изложение бизнес-стратегии

б.введение

в.стоимость проекта

г.заключение

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачету (2 семестр)

1. Основные категории стратегического менеджмента.

2. Особенности стратегического управления.

3. Основные этапы стратегического управления.

4. Стратегические установки предприятия видение, миссия и общие стратегические цели.

5. Стратегический анализ.

6. Анализ внешней среды предприятия.

7. Основные направления анализа факторов макросреды предприятия.

8. Основные направления анализа факторов микросреды предприятия.

9. Анализ внутренней среды предприятия.

10. Ресурсы предприятия осязаемые и неосязаемые.

11. Основные методы стратегического анализа.

12. Методы PEST и STEEPLE анализа.

13. Матрица Ансоффа как метод стратегического анализа.
14. Матрица Бостонской консультационной группы как метод стратегического анализа.
15. Матрица Мак-Кинси как метод стратегического анализа.
16. Виды стратегий.
17. Корпоративная стратегия.
18. Генеральная стратегия.
19. Портфельная стратегия.
20. Стратегия диверсификации.
21. Виды диверсификации.
22. Глобальная стратегия.
23. Базисные конкурентные стратегии.
24. Стратегия лидерства в издержках.
25. Стратегия дифференциации.

Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой (3 семестр)

1. Виды дифференциации продукции и услуг.
2. Стратегия фокусирования.
3. Стратегия первопроходца.
4. Инвестиционные стратегии.
5. Отраслевые стратегии.
6. Функциональные стратегии.
7. Стратегия маркетинга.
8. Рыночная стратегия.
9. Товарная стратегия.
10. Сбытовая стратегия.
11. Стратегия ценообразования.
12. Коммуникативная стратегия маркетинга.
13. Производственная стратегия.
14. Финансовая стратегия.
15. Стратегия управления персоналом.
16. Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия.
17. Организационная структура аппарата управления и стратегия внешнеэкономической деятельности.
18. Система стратегического внутрифирменного планирования организации.
19. Система планов организации.
20. Бизнес-планирование.
21. Основные условия реализации стратегии.
22. Стратегия и организационная структура.
23. Стратегия и система управления.
24. Стратегия и персонал.
25. Стратегия и организационная культура.

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Семестр 2			
Обязательная аудиторная работа			
Практикум	2	6	12
Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждения)	1	8	8
Посещение занятий	2	16	32
Обязательная самостоятельная работа			
Подготовка доклада	18	1	18
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на конференции по тематике дисциплины	10	2	20
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
Семестр 3			
Обязательная аудиторная работа			
Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждения)	1	16	16
Посещение занятий	2	16	32
Тестирование	22	1	22
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на конференции по тематике	10	2	20
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Корпоративная социальная ответственность [Текст] : учебник для вузов: рекомендовано методсоветом по направлению / Э. М. Коротков [и др.] ; ред. Э. М. Коротков. - Москва : Юрайт, 2013. - 445 с. : ил. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр. в конце разд. - ISBN 978-5-9916-2250-9
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов. - [Б. м.] : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-7567-0724-3
<https://e.lanbook.com/book/68801>
3. Байков Е.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. [Текст] СПб.: СПбГИКиТ, 2015. -271с
http://books.gukit.ru/pdf/2013_1/000240.pd

7.2. Интернет-ресурсы

1. Портал корпоративного менеджмента <https://www.cfin.ru/>

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях «Scopus»

Поисковая платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций «Web of Science»

Электронная библиотечная система издательства «ЛАНЬ». <http://e.lanbook.com>

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по изучению дисциплины представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих студенту оптимальным образом организовать процесс изучения дисциплины «Стратегическое управление в медиаиндустрии».

Порядок самостоятельной работы студента над теоретическими вопросами и практическими заданиями следующий.

Работе на практических занятиях должно предшествовать самостоятельное изучение студентом рекомендованной литературы и других источников информации, обозначенных в списке. По ходу их изучения делаются выписки цитат, составляются иллюстрации и таблицы.

Ответы на теоретические вопросы должны отражать необходимую и достаточную компетенцию студента, содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию. Выводы по вопросам задания должны быть обоснованными и вытекать из их содержания.

Теоретические вопросы следует рассматривать на примере из практики деятельности профильных организаций.

Решения практических заданий должны сопровождаться краткими, но исчерпывающими пояснениями (аргументами).

В качестве примера может быть приведена практика конкретной организации или использована информация из периодической печати.

Студенту необходимо оптимально распределить время, отведенное на самостоятельную работу, направленную на изучение дисциплины. Самостоятельная работа направлена:

- на подготовку к практическим занятиям, которая включает изучение лекций по соответствующей теме, а также использование рекомендуемой литературы;
- подготовку к тестам по соответствующим пройденным темам.
- подготовку курсовой работы и доклада по закреплённой студентом теме;
- подготовку к зачету и зачету с оценкой по вопросам, приведенным в Рабочей программе.

Студент для получения зачета и зачета с оценкой по данной дисциплине должен:

- активно работать на практических занятиях (дискуссии);
- написать контрольные тесты на положительные оценки;
- подготовить курсовую работу в течение семестра на положительную оценку.