

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина М.1.В.8 Стратегический менеджмент в предприятиях ресторанного хозяйства

Направление подготовки 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания

Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:

Цель: выработка умения использования различных подходов, приемов и методов к формированию и реализации стратегии развития предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса на основе всестороннего анализа всех существенных факторов.

Задачи: изучение подходов к формированию стратегии, типов стратегии и инструментов ее построения и реализации; ознакомление с понятием конкурентно способности предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса в системе рыночных отношений и изучение факторов, влияющих на силу конкурентной борьбы; изучение принципов формирования экономической стратегии предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса и составляющих экономической стратегии;

В результате изучения дисциплины студент должен

факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы; основные понятия, принципы и процессы стратегического управления организацией; принципы формирования экономической стратегии компании и составляющие экономической стратегии.

уметь: уметь использовать полученные знания на практике.

владеть: применением стандартов в ресторанной деятельности;

- навыками стратегического управления;
- методами разработки стратегий предприятий ресторанного бизнеса;
- приемами сбора информации, обработки и анализа показателей на макро- и микроуровне, прогнозирования и планирования деятельности предприятий ресторанного бизнеса;
- методикой разработки управленческих решений и оценки полученных результатов.

обладать компетенциями:

ОПК-2 - готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК-3 - способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику предприятия, обеспечивать предприятие питания материальными и финансовыми ресурсами, разрабатывать новые конкурентоспособные концепции;

ПК-2 - способностью анализировать и оценивать информацию, процессы, деятельность, идентифицировать проблемы при управлении производственными и логистическими процессами, оценивать риски в области снабжения, хранения и движения запасов;

ПК-4 - способностью оказывать влияние на разработку и внедрение системы качества и безопасности продукции производства, оценивать риски в области обеспечения качества и безопасности продукции производства, снабжения, хранения и движения продукции;

ПК-5 - способностью оценивать эффективность затрат на функционирование системы качества и безопасности продукции производства, принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях с множественными факторами;

ПК-6 - готовностью контролировать степень достижения целей и выполнения задач в части логистических процессов на предприятии, устанавливать и определять приоритеты в области управления процессами продаж;

ПК-8 – способностью устанавливать и определять приоритеты в стратегии развития предприятия, в его финансовой и логистической деятельности;

ПК-13 – способностью прогнозировать будущие результаты деятельности предприятия и разрабатывать его стратегию, оценивать экономические, политические, социальные, культурные, технологические и финансовые составляющие, способные повлиять на стратегию предприятия питания;

ПК-14 – способностью анализировать технологические процессы производства продукции питания как объекты управления, производить стоимостную оценку основных производственных ресурсов предприятий питания;

ПК-25 – готовностью определять приоритеты в области управления маркетинговой деятельностью предприятия питания и управлять информацией в области маркетинговой деятельности предприятия питания;

ПК-27 – способностью разрабатывать методики, показатели, критерии и меры по повышению эффективности маркетинговой деятельности, оказывать влияние на маркетинговую деятельность предприятия питания;

ПК-28 – способностью планировать контроль разработки и реализацию маркетинговых мероприятий, идентифицировать и определять проблемы при управлении маркетинговой деятельностью;

Наименование тем учебной дисциплины:

Тема 1. Основные понятия и элементы стратегического менеджмента

Тема 2. Стратегическая установка — миссия и цели компании

Тема 3. Содержание корпоративной стратегии

Тема 4. Стратегический анализ

Тема 5. Подходы к разработке стратегии компании

Тема 6. Модели стратегического планирования

Тема 7. Процесс разработки стратегии компании

Тема 8. Особенности разработки стратегии компании

Тема 9. Задачи и инструментарий реализации стратегии

Виды учебных занятий по дисциплине: лекции - 9 часов, практические занятия – 27 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Разработчик

Заремба В.П., к.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание научно-педагогического работника)



(подпись)

Заведующий кафедрой:

Заремба П.А., д.э.н., профессор

(ФИО, ученая степень, ученое звание заведующего кафедрой)



(подпись)