

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/268028>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Стратегический менеджмент

ВВЕДЕ-НИЕ.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты стратегического управления предприя-ти-ем..	5
1.1 Понятие и виды стратегического управле-ния.....	5
1.2 Особенности стратегического управления предприятиями малого бизне-са.....	7
Глава 2. Стратегическое управление ООО «Файв».....	10
2.1 Краткая характеристика и анализ стратегического управления ООО «Файв».....	10
2.2 Разработка плана стратегического управления ООО «Файв».....	14
ЗАКЛЮЧЕ-НИЕ.....	18
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИ-КОВ.....	20

В последнее время роль стратегического поведения, которое дает ор-ганизации возможность выживать в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе, существенно растет. Многие организации особенно в услови-ях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел в самой фирме, но и вырабатывать долгосрочную стратегию, которая позволила бы им успевать за изменениями, происходящими в их окружении. Появле-ние новых запросов и изменение позиции потребителя, возрастание конку-ренции за ресурсы, интернационализация и глобализация бизнеса. А также появление новых неожиданных возможностей для бизнеса, развитие ин-формационных сетей, делающих возможным молниеносное получение и распространение информации, широкая доступность современных техно-логий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления.

Именно стратегический менеджмент определяет в тот или иной мо-мент времени, что организация должна делать в настоящем, чтобы достичь желаемых целей в будущем. Учитывая то, что окружение и условия жизни организации будут меняться.

Однако для осуществления процесса стратегического управления необходимо прикладывать много усилий. Требуется создание и осуществ-ление стратегического планирования, а это значительно отличается от разработки долгосрочных планов обязательных к исполнению в любых условиях. Стратегический план должен быть гибким и реагировать на лю-бые изменения внутри и вне организации. А для этого требуется гораздо больше затрат. Службы маркетинга, общественных отношений приобре-тают исключительную значимость и требуют значительных дополнитель-ных затрат.

Стратегия является одним из основных компонентов стратегического управления. Стратегическое управление и планирование определяют цель движения вперед.

Актуальность данной темы обуславливается тем, что любая органи-зация на определенном этапе своего развития может столкнуться с про-блемами, которые требуют пересмотра стратегии. Такими проблемами могут выступать - спад, или отсутствие спроса на предлагаемые товары, услуги; нестабильное финансовое положение; низкая рентабельность про-изводства или же просто потребность в совершенствовании.

Цель работы- разработка стратегии развития предприятия малого бизнеса ООО «Файв».

На основе поставленной цели были сформулированы следующие за-дачи:

- 1) рассмотреть понятие и виды стратегического управления;
- 2) проанализировать особенности стратегического управления пред-приятиями малого бизнеса;
- 3) дать краткую характеристику и проанализировать стратегическое управление ООО «Файв»;
- 4) разработать план стратегического управления ООО «Файв».

Объектом работы является стратегия ООО «Файв», предметом – процесс ее разработки.

Методы исследования: метод теоретического анализа: изучение, син-тез и обобщение научной и учебной литературы, которая раскрывает осо-бенности стратегического управления малым бизнесом на

современном этапе; метод анализа специальной литературы; метод системного анализа.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения результатов и рекомендаций работы для анализа стратегического управления на предприятиях.

Структура работы состоит из введения, основной части, заключения, списка использованных источников.

Глава 1. Теоретические аспекты стратегического управления предприятием

1.1 Понятие и виды стратегического управления

Экономические условия, в которых работали компании в так называемый советский период, не предполагали необходимости системной оптимизации деятельности за счет инструментов менеджмента. Но когда позже нашей стране из-за влияния геополитических и других глобальных факторов пришлось войти в более жесткий экономический климат, отечественные предприятия узнали, что такое менеджмент. Более того, глубоко прочувствовали необходимость его интеграции в устоявшуюся систему своей деятельности.

Функция управления, которая распространяется на долгосрочные перспективы и действия, именуется стратегическим менеджментом. Благодаря верной разработке инструментов и их реализации, можно рассчитывать на успешные перспективы.

Многие эксперты в сфере менеджмента, свидетельствуют, что стратегическое управление – это концепция выживания среди конкурентов. Путем проработки и планирования действий можно ориентировочно понять, какой будет компания в перспективе: ее позиция на рынке, преимущества над другими предприятиями, перечень необходимых изменений и т. д.

Современный мир диктует свои условия, однако стратегия и на сегодняшний день остается искусством, которым обязан владеть каждый руководитель, чтобы выиграть битву за прибыль и долю на рынке. В настоящее время стратегия представляет собой долгосрочный план действий, направленный на достижение масштабных целей компании [9, с. 117].

Вследствие того, что, рынок постоянно динамично развивается, стратегический менеджмент должен быть гибким, подвижным. Его необходимо периодически корректировать. Нельзя выделить единую стратегию в области менеджмента, которая была приемлема для всех организаций и видов продукции. Чтобы увеличить продажи определенной компании, или раскрутить какой-либо товар, понадобится индивидуальная разработка направлений деятельности.

1. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание: учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов; под редакцией В. С. Абрамова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 270 с.
2. Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент: учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 290 с.
3. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – 4-е изд., перераб. И доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 375 с.
4. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для вузов / В. И. Малюк. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 361 с.
5. Мардас, А. Н. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 176 с.
6. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 336 с.
7. Попов, С. А. Стратегический менеджмент: актуальный курс: учебник для вузов / С. А. Попов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 481 с.
8. Портных, В.В. Стратегия бизнеса / В.В. Портных. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К, 2021. – 274 с.
9. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / М. Н. Сидоров. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 158 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/268028>