АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Стратегическое планирование в атомной отрасли»
Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «Цифровая трансформация компании»
Отделение социально-экономических наук (О)

Цель изучения дисциплины заключается в формировании у студентов базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области стратегического планирования предприятия вообще и в атомной энергетики в частности.

Задачи:

- сформировать представления об особенностях стратегического планирования предприятием атомной отрасли в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды;
- приобрести теоретические знания и практические навыки по определению возникающих возможностей и по оценке угроз предприятию атомной отрасли, исходя из анализа внешней среды и особенностей (сильных и слабых сторон);
- выработать умение формулировать миссию и цели предприятия атомной отрасли на основе стратегического анализа;
- изучить возможные варианты стратегий, методы разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии предприятия атомной отрасли;
- сформировать практические навыки разработки мероприятий по реализации стратегии с учетом возможности сопротивления изменениям;
- изучить методы стратегического контроля и разработки систем контроля реализации стратегии.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

дисциплина реализуется в рамках части формируемой участниками образовательных отношений и относится к профессиональному модулю, изучается на 4 курсе в 8 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачетные единицы

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ПК-10 – Способен осуществлять планирование и проектирование высокотехнологичных реальных систем, процессов и продуктов на глобальном рынке.

Индикаторы достижения компетенций:

З - ПК-10 Знать экономические информационные сети; способы организации продаж в среде Интернет; методы позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке основы сетевой экономики; современные методы и инструменты формирования потребительской аудитории и взаимодействия с потребителями; методы по оценке экономической эффективности сетей типа Интернет.

У - ПК-10 Уметь формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; проводить

анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга и разрабатывать рекомендации по их совершенствованию; проводить исследование и анализ рынка ИС и ИКТ; формировать конструктивные предложения по созданию потребительской аудитории и осуществлению взаимодействия с потребителями, организации продаж в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

В - ПК-10 Владеть навыками работы с электронным предприятием; взаимодействия с потребителями, организации продаж в Интернете, формирования потребительской аудитории, информацией об особенностях реализации процессов электронной коммерции;навыками работы с инструментами сетевой экономики; продвижения и продажи ИТ-продуктов в сети Интернет, работы со специальными прикладными сервисами по оценке эффективности интернет-маркетинга и поисковыми системами

Форма итогового контроля:
Зачет