**《战略管理》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业必修课程 | **课程性质** | 理论 | **课程属性** | 必修 |
| **课程名称** | 战略管理 | **课程英文名称** | Strategic Management |
| **课程编码** | F01ZB43E | **适用专业** | 市场营销 |
| **考核方式** | 考试 | **先修课程** | 管理学原理，经济学原理，市场营销学 |
| **总学时** | 48 | **学分** | 3 | **理论学时** | 48 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 0 |
| **开课单位** | 商学院 |

**二、课程简介**

《战略管理》是市场营销专业的一门专业必修课程。战略管理是关于企业全面的、战略性和方向性管理理论的课程，内容包括企业使命、目标、核心竞争力、企业战略之间的关系，企业内外部环境分析与研究的基本方法，企业总体战略、竞争战略的制定和选择方法，企业战略的实施与控制。通过本课程的学习将培养学生战略思维、战略分析、战略制定与实施的能力。学生能够将所学的知识系统整合起来考虑企业战略问题，把企业的内部环境从长远发展的高度来概括、总结，提出可操作性思路；系统的规划持续竞争优势和核心竞争能力，把理念和行为结合起来，将最新的战略管理理论结合中国企业进行实践。战略管理不仅是当今企业管理理论研究的重点领域之一，而且在企业管理过程中具有重要而广泛的应用价值。

**三、课程教学目标**

|  |
| --- |
| **课程教学目标** |
| **知****识****目****标** | **目标1：**掌握战略管理领域的理论和方法，掌握战略管理的基本观点和概念，了解和熟悉现代企业战略管理的总体发展趋势，培养学生对战略管理过程的认知性，培养学生对战略信息的辨别力。 |
| **能****力****目****标** | **目标2：**通过学习，学生能够熟悉基本的企业战略，培养学生战略思维、战略分析、战略制定与实施的能力；能够将所学的知识系统整合起来考虑企业战略与风险管理问题，能把市场营销、投资理财、人力资源、生产运作和研究开发等职能战略与企业总体战略结合起来系统分析的能力；把企业的内部环境从长远发展的高度来概括、总结，提出可操作性思路的能力。 |
| **素****质****目****标** | **目标3：**通过课程学习，学生将具有国际视野与本土情怀、战略管理知识的应用素养；理念和行为结合起来，将最新的战略管理理论结合中国企业的实践能力；系统的规划企业持续竞争优势和核心竞争能力。 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

**（一）理论教学**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学模块**  | **学时** | **主要教学内容与策略** | **学习任务安排** | **支撑课程目标** |
| 战略管理概论与目标 | **8** | **重点：**战略及战略管理的基本内涵与分析；战略管理的基本问题、核心内容、体系框架；战略思维模式重构；公司的使命和愿景以及公司的战略目标体系；企业使命的确立；战略目标表述及分解方法。**难点：**战略管理思维模式重构；战略管理体系；战略目标表述及分解方法。**思政元素：**增强学生民族自嬴感、自信心、责任感，提升学生对社会主义道路的认同感，结合疫情期间，我国企业及企业家身上体现的社会责任感和使命感，以此激励学生做一个有素质、有担当、有责任的有为青年。**教学方法与策略：**线下教学。课堂主要运用讲授法、小组研讨和案例分析法开展理论教学，采用启发式教学，引发学生深入思考。 | 课前：线上布置教学任务，自主学习。课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识。 | 目标1目标2 |
| 战略环境分析 | **10** | **重点：**外部环境分析的内容与层次；一般环境分析方法；行业环境分析方法、竞争环境分析方法；企业生态环境分析方法；企业内部环境分析的内容；企业内部环境分析方法。**难点：**PESTEL模型和PESTNPG模型；波特的五种竞争力模型；价值网模型；战略群组分析；价值链分析方法；内部因素评价（IFE）矩阵分析方法。**思政元素：**事物是普遍联系的，内外因分析方法等马克思主义哲学原理和方法论，学生从中学习并掌握事物发展的客观规律和相应的方法论来指导的行动。**教学方法与策略：**线下教学。课堂主要运用讲授法、小组研讨和案例分析法开展理论教学，采用启发式教学，引发学生深入思考。 | 课前：线上布置教学任务，自主学习。课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识。 | 目标1目标2目标3 |
| 战略分类与基本战略 | **14** | **重点：**公司层战略、竞争战略（业务层战略）、职能战略；波特的三种基本竞争战略；创业战略；合作战略；国际化战略。**难点：**总体战略、竞争战略、职能战略。区别每种战略的特点与应用场景。**思政元素：**正确树立学生团结意识和正确的竞争意识，与时俱进，不断完善和创新，保持自我的竞争优势，合理、科学规划自己的人生，将自我实现融入国家发展需要中去，不断创新树立核心主义价值观，与国家同呼吸、共命运。**教学方法与策略：**线下教学。课堂主要运用讲授法、小组研讨和案例分析法开展理论教学，采用启发式教学，引发学生深入思考。 | 课前：线上布置教学任务，自主学习。课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识。 | 目标1目标2目标3 |
| 战略制定与选择 | **8** | **重点：**战略分析的SWOT方法、BCG矩阵和QSPM矩阵；三种战略态势所处的外部条件以及实现的途径；战略转型与战略权变的要旨；大中小型企业的主要战略。**难点：**战略分析的SWOT方法BCG矩阵和QSPM矩阵；三种战略态势所处的外部条件以及实现的途径。**思政元素：**立足中国国情，分析中国企业在国际竞争中的优劣势，尤其结合自己所学专业特点，以及马上面临毕业就业树立正确的择业观。**教学方法与策略：**线下教学。课堂主要运用讲授法、小组研讨和案例分析法开展理论教学，采用启发式教学，引发学生深入思考。 | 课前：线上布置教学任务，自主学习。课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识。 | 目标1目标2目标3 |
| 战略实施与控制 | **6** | **重点：**战略实施体系（战略地图）；战略资源组织优化；战略与组织、企业文化的关系；有效的战略控制的要点和原则。**难点：**战略实施体系；战略组织优化工具；战略实施全程控制的原理。 **思政元素：**理解独特性战略和整体性战略，进一步加强学生对产业转型的认识，为适应社会发展，提升自我能力，保持竞争优势和持续创新，培养学生竞争意识和创新意识。**教学方法与策略：**线下教学。课堂主要运用讲授法、小组研讨和案例分析法开展理论教学，采用启发式教学，引发学生深入思考。 | 课前：线上布置教学任务，自主学习。课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识。 | 目标1目标2目标3 |
| 内容串讲 | **2** | **重点：**各模块重点内容复习**难点：**各模块难点内容复习 | 课后：全面复习，准备期末考试 | 目标1目标2 |

**五、学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、考试成绩两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）、课堂表现（占10%）和考勤（占10%）三个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.作业；2.课堂表现；3.考勤** |
| 优秀（90～100分） | 1. 作业书写工整、书面整洁；90％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2.课堂表现良好，90%以上的课堂讨论参与。3.无旷课、迟到、早退及因事请假情况。 |
| 良好（80～89分） | 1. 作业书写工整、书面整洁；80％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2.课堂表现良好，80%以上的课堂讨论参与。3.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。 |
| 中等（70～79分） | 1. 作业书写较工整、书面较整洁；70％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2.课堂表现较好，70%以上的课堂讨论参与。3.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。 |
| 及格（60～69分） | 1.作业书写一般、书面整洁度一般；60％以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。2. 课堂表现较好，60%以上的课堂讨论参与。3.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。 |
| 不及格（60以下） | 1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过40％的习题解答不正确或实验习题结果错误。2.课堂表现差，超过40%的课堂讨论不参与。3.旷课次数＞2次或迟到早退次数＞4次或事假次数＞5次 |

2.期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核****模块** | **考核内容** | **主要****题型** | **支撑目标** | **分值** |
| 战略管理概论与目标 | 战略管理的历程、战略内涵、战略管理者、竞争优势、企业家精神、战略管理的流派与代表著作、战略管理模型重构、战略管理基本问题、战略管理核心内容、企业愿景、使命、商业伦理和社会责任、战略目标、战略导向与使命驱动。 | 选择题、名词解释题、简答题 | 目标1目标2 | 20 |
| 战略环境分析 | 外部环境分析概述、PESTEL分析、行业环境分析、行业生命周期分析、波特“五力模型”、竞争者分析 、波特的“钻石模型”、利益相关者分析、价值链分析、资源与能力、知识资源为何成为战略资源、核心能力、核心能力的培育与管理、持续竞争优势、内部因素综合评价（IFE）矩阵。 | 选择题、名词解释题、案例题、简答题 | 目标1目标2 | 20 |
| 战略分类与基本战略 | 顾客价值、总体战略、竞争战略、职能战略、低成本战略、差异性战略、聚焦战略、战略钟、并购战略、一体化战略、多元化战略、多元化战略的实施、需要澄清的几种认知、国际化战略、电子商务战略、合作战略、战略联盟、创业战略。 | 选择题、名词解释题、简答题、论述题、案例题 | 目标1目标2 | 20 |
| 战略制定与选择 | 战略分析方法、战略态势、战略转型与战略权变、大企业战略、中小企业战略、成长路径与成长方式选择。 | 选择题、简答题、论述题、案例题 | 目标1目标2 | 20 |
| 战略实施与控制 | 战略实施体系（战略地图）；战略资源组织优化；战略与组织、企业文化的关系；有效的战略控制的要点和原则 | 选择题、简答题、论述题、案例题 | 目标1目标2 | 20 |

1. **教学安排及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：讲师（或其他中级）及以上 或 学历（位）：硕士及以上其他：无 |
| 2 | 课程时间 | 周次：1-16周节次：2 |
| 3 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地 □其他： |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：企业微信，正常上班时间线下地点及时间安排：与学生沟通确定后再通知；教师办公室，正常上班时间；上课教室，课间时间。 |

**七、选用教材**

[1]徐飞.战略管理[M].北京: 中国人民大学出版社,2021年4月.

[1]邵一明，钱敏.战略管理[M].北京: 中国人民大学出版社,2020年7月.

**八、参考资料**

[1] 理查德·林奇.战略管理（第七版）[M].北京: 中国人民大学出版社,2021年7月.

[2] 迈克尔·希特，R.杜安·爱尔兰，罗伯特·霍斯. 战略管理：概念与案例（第13版）[M].北京:中国人民大学出版社,2021年8月.

[3] 弗雷德·戴维.福里斯特·戴维. 战略管理：建立持续竞争优势（第17版）[M].北京:中国人民大学出版社,2021年1月.

[4] 蓝海林.企业战略管理（第3版）[M].北京:中国人民大学出版社,2021年5月.

**网络资料**

[1] 经管之家：https://bbs.pinggu.org/

[2] 中国大学MOOC(慕课)https://www.icourse163.org/

大纲执笔人：罗萧

讨论参与人：史策、蒋明华

系（教研室）主任：罗萧

学院（部）审核人： 郑阿泰