

RTU studiju kurss "Biznesa stratēģijas modelēšana"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IV0786
Nosaukums	Biznesa stratēģijas modelēšana
Studiju kursa statuss programmā	Brīvās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Inga Lapiņa - Doktors, Profesors
Mācītspēks	Elīna Gaile-Sarkane - Doktors, Studiju prorektors Raitis Narvīlis - Pasniedzējs
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Studiju kurss ir veidots kā biznesa stratēģijas modelēšanas praktikums, kurā studenti integrē iepriekš apgūtās zināšanas stratēģiskajā vadībā, mārketingā, finanšu analīzē un uzņēmuma vadībā, izstrādājot un pamatojot uzņēmuma attīstības stratēģiju biznesa simulācijas vidē. Studiju kursā studenti apgūst uzņēmuma ārējās un iekšējās vides analīzi, tirgus un konkurences izvērtēšanu, klientu segmentēšanu, stratēģisko mērķu formulēšanu, stratēģisko alternatīvu izvērtēšanu, uzņēmuma attīstības stratēģijas izstrādi, kā arī tās ieviešanas un kontroles principus. Studiju procesā tiek izmantotas biznesa stratēģijas modelēšanas un analīzes metodes, KPI un ROI analīze. Praktisko darbu laikā studenti analizē uzņēmuma situāciju, formulē stratēģiskos mērķus, izvērtē alternatīvas, izstrādā attīstības stratēģiju un pamato pieņemtos lēmumus, balstoties uz uzņēmuma finanšu un nefinanšu rādītājiem. Biznesa simulācija, gadījumu analīze un praktiska modelēšanas vide tiek izmantota kā spēļošanas metode, kas nodrošina teorētisko zināšanu integrāciju ar praktisku stratēģisko lēmumu pieņemšanu. Studiju kursā īpaša uzmanība tiek pievērsta stratēģisko alternatīvu izvērtēšanai, kompromisu analīzei un datus balstītu vadības lēmumu pieņemšanai dinamiskā uzņēmējdarbības vidē. Studiju kursā studenti pieņem stratēģiskus lēmumus nenoteiktības apstākļos, izvērtējot dažādu stratēģisko alternatīvu iespējamo ietekmi uz uzņēmuma konkurētspēju un ilgtermiņa attīstību.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir attīstīt studentu kompetenci integrēt iepriekš apgūtās zināšanas uzņēmuma stratēģijas modelēšanā, analizēt uzņēmuma darbību un pamatot datus balstītus stratēģiskos lēmumus biznesa simulācijas vidē. Studiju kursa uzdevumi: - pilnveidot spēju pielietot stratēģiskās vadības, mārketinga, finanšu un uzņēmuma vadības pieejas uzņēmuma attīstības stratēģijas modelēšanā; - attīstīt prasmi analizēt uzņēmuma ārējo un iekšējo vidi, tirgus situāciju, konkurences apstākļus un klientu segmentus, izmantojot stratēģiskās analīzes metodes un pamatojot to izvēli; - pilnveidot prasmi kritiski interpretēt uzņēmuma finanšu un nefinanšu darbības rādītājus (KPI, ROI un citus), izmantojot tos stratēģisko lēmumu pieņemšanai un uzņēmuma darbības novērtēšanai; - attīstīt prasmi formulēt stratēģiskos mērķus, izvērtēt stratēģiskās alternatīvas, modelēt uzņēmuma attīstības stratēģiju, plānot tās ieviešanu un kontroli, kā arī argumentēti pamatot un aizstāvēt izvēlētos stratēģiskos risinājumus.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgā darba ietvaros studenti individuāli vai komandās analizē izvēlētu uzņēmuma gadījumu, modelētu uzņēmuma situāciju vai mācītspēka sagatavotu biznesa situāciju. Darba gaitā studenti veic uzņēmuma ārējās un iekšējās vides analīzi, nosaka būtiskākās problēmas un attīstības iespējas, formulē stratēģiskos mērķus un izstrādā pamatotu uzņēmuma attīstības stratēģiju. Patstāvīgajā darbā jāietver uzņēmuma biznesa modeļa raksturojums, tirgus un konkurences analīze, klientu segmentēšana un vērtības piedāvājums, stratēģisko alternatīvu izvērtējums, finanšu un KPI rādītāju interpretācija, ieviešanas plāns, kontroles mehānismi un risku izvērtējums un iespējamo uzņēmuma attīstības scenāriju modelēšana. Patstāvīgā darba rezultātā studenti sagatavo analītisku ziņojumu un prezentāciju, kurā sistemātiski pamato uzņēmuma situācijas analīzi, formulē stratēģiskos mērķus, izvērtē stratēģiskās alternatīvas, izstrādā uzņēmuma attīstības stratēģiju, definē tās ieviešanas un kontroles risinājumus, kā arī argumentēti pamato pieņemtos vadības lēmumus.

Literatūra	Obligātā/Obligatory: 1.Strategic Marketing Management / Alexander Chernev, Kellogg School of Management, Northwestern University; foreword by Philip Kotler, 9th ed., Chicago, Illinois: Cerebellum Press, 2018., 287 lpp. 2.Exploring Strategy: Text and Cases / Richard Whittington, Patrick Regné, Duncan Angwin, Gerry Johnson, Kevan Scholes, 12th ed., Harlow, England: Pearson Education Limited, 2019., 837 lpp. Papildu/Additional: 1.Celemi Systems AB. CELEMI Enterprise™ Facilitator and Participant Materials 2.Digital Marketing Excellence: planning, optimizing and integrating online marketing / PR Smith, Dave Chaffey, 6th ed., London: Routledge, 2022., 676 lpp. 3.Blue Ocean Strategy: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant / W. Chan Kim, Renée Mauborgne, expanded ed., Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2015., 320 lpp. 4.Competitive Strategy : techniques for analyzing industries and competitors / Michael E. Porter, New York: Free Press, 1998., 397 lpp. 5.The Balanced Scorecard: translating strategy into action / Robert S. Kaplan, David P. Norton, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 1996., 336 lpp. 6.Marketing Management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Alexander Chernev, 16th ed., Harlow, England: Pearson Education, 2022., 624 lpp. 7.Strategic Management and Business Policy: globalization, innovation and sustainability / Thomas L. Wheelen, J. David Hunger, Alan N. Hoffman, Charles E. Bamford, 15th ed., Harlow, England: Pearson Education, 2018., 864 lpp. 8.Playing to Win: how strategy really works / A.G. Lafley, Roger L. Martin, Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2013., 272 lpp. 9.Good Strategy Bad Strategy: the difference and why it matters / Richard Rumelt, New York: Crown Business, 2011., 336 lpp. 10.Measure What Matters: OKRs: the simple idea that drives 10x growth / John Doerr; foreword by Larry Page, New York: Portfolio/Penguin, 2018., 320 lpp. 11.SOSTAC® Guide to your Perfect Digital Marketing Plan / PR Smith, London: PR Smith Publishing, 2022., 220 lpp. 12.Agile Project Management with Scrum / Ken Schwaber, Redmond, Washington: Microsoft Press, 2004., 192 lpp. 13.Mintzberg H., Ahlstrand B., Lampel J. Strategy Safari: Your Complete Guide Through the Wilds of Strategic Management. 2nd ed., Pearson, 2008.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Nepieciešamas priekšzināšanas stratēģiskajā vadībā, mārketingā un uzņēmuma darbības analīzē, kā arī zināšanas par galvenajām stratēģiskās analīzes un plānošanas metodēm (SWOT, PESTEL, Portera piecu spēku modeli, BCG matricu, SMART un OKR pieeju, STP, Ansoff matricu, Zilā okeāna pieeju un 7P mārketinga kompleksu). Nepieciešama arī izpratne par uzņēmuma finanšu pārskatiem un galvenajiem darbības novērtēšanas rādītājiem (peļņas vai zaudējumu aprēķins, balance, naudas plūsmas pārskats, KPI un ROI).

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Pamatnostādnes biznesa stratēģijas modelēšanā, stratēģiskās vadības un biznesa modelēšanas būtība. Uzņēmuma darbības sistēmiskais raksturs. Kursa darba organizācija un praktisko uzdevumu datu avoti.	4	4	2	6
Biznesa modelis un stratēģiskā orientācija: uzņēmuma vīzija, misija, vērtības, biznesa modelis un vērtības radīšanas loģika. Vadības lēmumu pieņemšana nenoteiktības apstākļos.	4	6	2	8
Situācijas analīze: ārējās un iekšējās vides analīze, produktu portfelis, konkurences vide un sākotnējie KPI.	4	6	2	8
Stratēģisko mērķu formulēšana. Mērķu sasaiste ar uzņēmuma rādītājiem, klientu vajadzībām, resursiem un attīstības prioritātēm.	4	6	2	8
Stratēģisko alternatīvu izstrāde, tirgus segmentēšana, pozicionēšana un konkurētspējas priekšrocību veidošana.	4	8	2	10
Taktiskie risinājumi un vērtības piedāvājums, cenu politika, zīmols, produktu/pakalpojumu portfelis, digitālais mārketing, klientu piesaiste, cilvēkresursu risinājumi, resursu sadale un investīciju prioritāšu noteikšana.	4	6	2	8
Stratēģijas ieviešana un procesu vadība, pārmaiņu vadība, starpfunkcionālā sadarbība, procesu karte un operacionālā efektivitāte.	4	6	2	8
Stratēģijas kontrole un rezultātu izvērtēšana: finanšu rezultātu analīze, kvalitātes kontrole, risku izvērtēšana, stratēģijas pielāgošana un refleksija par pieņemtajiem stratēģiskajiem lēmumiem.	4	10	2	12
Kopā:	32	52	16	68

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj pielietot biznesa stratēģijas modelēšanas, stratēģiskās vadības un uzņēmuma darbības sistēmiskās analīzes pamatprincipus.	Vērtēšanas metodes: Praktiskais darbs Nr.1: biznesa modelis un stratēģiskā orientācija. Vērtēšanas kritēriji: Atbilstoši spējai lietot jēdzienus, skaidrot metožu nozīmi un sasaistīt tās ar uzņēmuma vadības situācijām.

Spēj analizēt un kritiski izvērtēt uzņēmuma ārējo un iekšējo vidi, tirgus situāciju, konkurences apstākļus un klientu segmentus, izmantojot stratēģiskās analīzes metodes.	Vērtēšanas metodes: Praktiskais darbs Nr.2: situācijas analīze, tirgus, konkurence, klienti un vērtības piedāvājums. Vērtēšanas kritēriji: Atbilstoši spējai pamatoti izvēlēties un korekti piemērot analīzes metodes, secinājumus balstot datus un sasaistot tos ar stratēģiskajiem lēmumiem.
Spēj kritiski interpretēt finanšu un nefinanšu darbības rādītājus, KPI, ROI un citus uzņēmuma darbības novērtēšanai nepieciešamos datus, pamatojot stratēģiskos lēmumus.	Vērtēšanas metodes: Praktiskais darbs Nr.3: KPI, finanšu un nefinanšu rādītāju analīze. Vērtēšanas kritēriji: Atbilstoši spējai pareizi interpretēt rādītājus, identificēt problēmas un iespējas, un secinājumus pamatot ar datiem.
Spēj formulēt stratēģiskos mērķus, izvērtēt stratēģiskās alternatīvas, modelēt uzņēmuma attīstības stratēģiju, plānot tās ieviešanu un kontroli, kā arī sagatavot analītisku ziņojumu, argumentēti prezentēt un pamatot pieņemtos vadības lēmumus.	Vērtēšanas metodes: Patstāvīgais darbs: uzņēmuma attīstības stratēģija, mērķi, alternatīvas, ieviešanas plāns, KPI sistēma un kontrole. Vērtēšanas kritēriji: Atbilstoši spējai stratēģiju saskaņot ar analīzes rezultātiem, mērķu izmērāmību, risinājumu pamatotību, īstenojamību un kontrolējamību. Vērtēšanas metodes: Eksāmens/prezentācija: stratēģijas pamatojums, lēmumu aizstāvēšana un refleksija par rezultātiem. Vērtēšanas kritēriji: Atbilstoši spējai izstrādāt strukturētu darbu, skaidri prezentēt, pārliecinoši argumentēt, un lēmumus pamatot ar analīzi un pierādījumiem.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Praktiskais darbs Nr.1 - biznesa modelis un stratēģiskā orientācija	15
Praktiskais darbs Nr.2 - situācijas, tirgus un klientu analīze	15
Praktiskais darbs Nr.3 - rādītāju un alternatīvu izvērtēšana	15
Patstāvīgais darbs – Kompānijas analītiskais stratēģijas ziņojums	30
Eksāmens/prezentācija - stratēģijas pamatojums un aizstāvēšana	25
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi			Brīvās izvēles pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	16.0	16.0	0.0		*			*	