

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.09.2021 14:19:48
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»**

Факультет _____ **Управления** _____

Кафедра Менеджмента и региональной экономики



УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета управления
В.И. Зарубин
2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.05 Стратегический менеджмент

по направлению подготовки (специальности)
бакалавров 38.03.02 Менеджмент

по профилю подготовки
(специализации) Менеджмент

квалификация (степень)
выпускника бакалавр

программа подготовки бакалавриат
академический/прикладной бакалавриат/магистратура (при наличии программы подготовки во ФГОС ВО)

форма обучения очная, очно-заочная, заочная

год начала
подготовки 2021

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению (специальности) 38.03.02 Менеджмент

Составитель рабочей программы:

Доцент, кандидат экономических наук, доцент
(должность, ученое звание, степень)


(подпись)

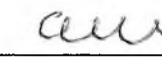
Карамушко Г.В.
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

Менеджмента и региональной экономики

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой
«23» 07 2021 г.

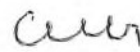

(подпись)

Задорожная Л.И.
(Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методической комиссией факультета
(где осуществляется обучение)


«23» 07 2021 г.

Председатель
научно-методического
совета направления (специальности)
(где осуществляется обучение)


(подпись)

Задорожная Л.И.
(Ф.И.О.)

Декан факультета
(где осуществляется обучение)
«23» 07 2021 г.


(подпись)

Зарубин В.И.
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ
«27» 07 2021 г.



(подпись)

Чудесова Н.Н.

(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)


(подпись)

Задорожная Л.И.
(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» является теоретическая и практическая подготовка студента в области разработки и реализации стратегии предприятия.

Достижение данной цели требует выполнения следующих задач:

- изучить общетеоретические положения концепции стратегического управления организациями в условиях изменяющейся внешней среды;
- сформировать практические навыки стратегического управления предприятием.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Современной модификацией управления организацией, нацеленной на выработку долгосрочной стратегии в конкуренции, создание управленческого инструментария для превращения этой стратегии в текущие производственно-хозяйственные планы, является стратегический менеджмент. Разработка и применение методологии и конкретных форм стратегического менеджмента вызваны глубокими объективными причинами, обусловленными ускорением темпов изменений среды всех видов деятельности. Это результат эволюции теории и практики управления.

Стратегический менеджмент предприятия основывается на принятии управленческих решений, ориентированных на учет факторов внешней и внутренней среды, достижении конкурентоспособности организации на рынке и в конечном счете на успех в конкурентной борьбе.

Настоящий курс является дисциплиной вариативной части дисциплин цикла ОПОП. Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент» являясь вариативной, специально формирующей специалистов широкого профиля в области менеджмента курс тесно связан с рядом гуманитарных, социально-экономических и специальных дисциплин:

- методы принятия управленческих решений;
- планирование и прогнозирование в условиях рынка;
- менеджмент.

Изучаемый курс имеет связь с последующими дисциплинами такими как:

- антикризисный менеджмент;
- инновационный менеджмент.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения дисциплины у студента формируются следующие компетенции:

ПК-3 – владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

ПК-5 – способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

В результате освоения дисциплины студент должен:

- **знать:** аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации, количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.

- **уметь:** анализировать социально-значимые проблемы и процессы оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений, анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).

- **владеть:** методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования, методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью

организаций; навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	
Контактные часы (всего)	69,85/1,94	69,85/1,94	
В том числе:			
Лекции (Л)	34/0,94	34/0,94	
Практические занятия (ПЗ)	34/0,94	34/0,94	
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАт)	0,35/0,01	0,35/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	1,5/0,05	1,5/0,05	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	38,5/1,07	38,5/1,07	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	12/0,33	12/0,33	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
1. Составление плана-конспекта			
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных			
Курсовой проект (работа)	26,5/0,74	26,5/0,74	
Контроль (всего)	35,65/0,99	35,65/0,99	
Форма промежуточной аттестации: экзамен		экзамен	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	144/4	144/4	

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	
Контактные часы (всего)	17,85/0,496	17,85/0,496	
В том числе:			
Лекции (Л)	8/0,222	8/0,222	
Практические занятия (ПЗ)	8/0,222	8/0,222	
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАт)	0,65/0,018	0,65/0,018	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	1,2/0,034	1,2/0,034	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	117,5/3,26	117,5/3,26	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	16/0,44	16/0,44	
Реферат	21/0,58	21/0,58	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
1. Составление плана-конспекта	25/0,69	25/0,69	
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ	20/0,56	20/0,56	

статистических данных			
Курсовой проект (работа)	35,5/0,99	35,5/0,99	
Контроль (всего)	8,65/0,24	8,65/0,24	
Форма промежуточной аттестации: экзамен		экзамен	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	144/4	144/4	

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ/С	Лаб.	КРАТ	СРП	Контроль	
7 семестр									
1.	Тема 1. Методологические основы стратегического управления	1	2	2				0,5	Обсуждение докладов
2.	Тема 2 Элементы стратегического планирования	2	2	2				0,5	Блиц-опрос
3.	Тема 3 Анализ среды организации	3	4	4				0,5	Тестирование
4.	Тема 4. Изучение стратегических альтернатив и выбор стратегии	4-5	2	2				0,5	Блиц-опрос
5.	Тема 5 Управление реализацией стратегии	6	2	2				1	Тестирование
6.	Тема 6. Планирование международной деятельности	7	2	2				1	Обсуждение докладов
7.	Тема 7. Проведение стратегических изменений	8	2	2				1	Тестирование
8.	Тема 8. Кризис теории стратегического планирования	9	2	2				1	Блиц-опрос
9.	Тема 9 Холическая концепция стратегического планирования	10	2	2				1	Блиц-опрос
10.	Тема 10. Сущность планирования	11-12	2	2				1	Обсуждение докладов
11.	Тема 11. Методология планирования	13-14	4	2				1	Тестирование
12.	Тема 12. Планирование маркетинга фирмы	15	2	4				1	Блиц-опрос
13.	Тема 13. Планирование	16	2	4				1	Обсуждение

	производства									докладов
14.	Тема 14. Методы определения экономического эффекта	17	4	4					1	Тестирование
15.	Курсовая проект (работа) (при наличии)	4-17							26,5	Защита курсовой работы
16.	Промежуточная аттестация	18						35,65		Экзамен в устной форме
	Итого		34	34		0,35	1,5	35,65	38,5	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ/Лаб	КРАг	СРП	Контроль	СР
7 семестр							
1.	Тема 1. Методологические основы стратегического управления	0,5	0,5				6
2.	Тема 2 Элементы стратегического планирования	0,5	0,5				6
3.	Тема 3 Анализ среды организации	1	1				6
4.	Тема 4. Изучение стратегических альтернатив и выбор стратегии	0,5	0,5				6
5.	Тема 5 Управление реализацией стратегии	0,5	0,5				6
6.	Тема 6. Планирование международной деятельности	0,5	0,5				6
7.	Тема 7. Проведение стратегических изменений	0,5	0,5				6
8.	Тема 8. Кризис теории стратегического планирования	0,5	0,5				4
9.	Тема 9 Холическая концепция стратегического планирования	0,5	0,5				6
10.	Тема 10. Сущность планирования	0,5	0,5				6
11.	Тема 11. Методология планирования	0,5	0,5				6
12.	Тема 12. Планирование маркетинга фирмы	0,5	0,5				6
13.	Тема 13. Планирование производства	0,5	0,5				6
14.	Тема 14. Методы определения экономического эффекта	1	1				6
15.	Курсовой проект (работа) (при наличии)						35,5
16.	Промежуточная аттестация: экзамен в устной форме					8,65	
	Итого	8	8	0,65	1,2	8,65	117,5

5.3. Содержание разделов дисциплины «Стратегический менеджмент», образовательные технологии
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
7 семестр							
Тема 1.	Тема 1. Методологические основы стратегического управления	2/0,055	0,5/0,038	Системный подход к стратегическому управлению. Четыре уровня знаний составляющих методологию стратегического управления. Системный и ситуационный подход как методологическая база стратегического управления. Основные положения и принципы стратегического управления. Основные понятия стратегического управления (потенциал организации, стратегия, конкурентоспособность организации).	ПК-3 ПК-5	Знать: определение системного подхода к стратегическому управлению; четыре уровня знаний составляющих методологию стратегического управления; системный и ситуационный подход как методологическая база стратегического управления; основные положения и принципы стратегического управления и понятия стратегического управления (потенциал организации, стратегия, конкурентоспособность организации). Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Слайд-лекции
Тема 2.	Тема 2 Элементы стратегического планирования	2/0,055	0,5/0,038	Стратегическое планирование и его задачи. Миссия организации и ее выбор. Цели организации и их основные характеристики.	ПК-5	Знать: определение стратегического планирование и его задачи, миссия организации и ее выбор; цели организации и их основные характеристики. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению	Лекции-беседы

Тема 3.	Тема 3 Анализ среды организации	4/0,11	1/0,027	Анализ макроокружения. Анализ непосредственного окружения. Анализ внутренней среды организации. Методы анализа среды (SWOT- анализ, PEST анализ, анализ профиля среды).	ПК-3, ПК-5	Знать: параметры макроокружения. непосредственного окружения, внутренней среды организации. Уметь: проводить SWOT- анализ, PEST анализ, анализ профиля среды. Владеть: навыками сбора и анализа информации	основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Лекция-визуализация, кейс-метод
Тема 4.	Тема 4. Изучение стратегических и альтернатив и выбор стратегии	2/0,055	0,5/0,014	Основные этапы разработки стратегии. Стратегические зоны хозяйствования (СЗХ). Порядок выделения СЗХ. Основные области выработки стратегии. Типы стратегий бизнеса: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии сокращения. Портфельный анализ и разработка портфельной стратегии. Матрицы продукт-рынок, БКГ	ПК-3, ПК-5	Знать: этапы разработки стратегии, стратегические зоны хозяйствования (СЗХ), порядок выделения СЗХ, области выработки стратегии, типы стратегий бизнеса. Уметь: проводить портфельный анализ и разработка портфельной стратегии, построить матрицы продукт-рынок, БКГ Владеть: навыками расчетов.	Проблемные лекции, интерактивные методы обучения	
Тема 5.	Тема Управление реализацией стратегии	5 2/0,055	0,5/0,014	Основные компоненты формального планирования (тактика, политика, процедуры). Система планов предприятия. Адаптивность стратегического плана. Бюджеты и этапы их составления Контроль и управление по целям. Этапы процесса управления по целям. Выработка целей,	ПК-3, ПК-5	Знать: компоненты формального планирования, систему планов предприятия, бюджеты, сущность контроля и управления по целям, этапы процесса управления по целям. Уметь: составлять этапы бюджета, планировать действия, Владеть: навыками проверки и оценки, корректирующих мер, методами	Проблемная лекция	

Тема 6.	Тема 6. Планирование международной деятельности	2/0,055	0,5/0,014	планирование действий, проверка и оценка, корректирующие меры. Методы распределения ресурсов для реализации стратегии	ПК-3, ПК-5	Знать: отличительные характеристики интернационализации, цели интернационализации и их характеристику. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Слайд-лекции, имитационное моделирование
Тема 7.	Тема 7. Проведение стратегических изменений	2/0,055	0,5/0,014	Отличительные характеристики интернационализации (неполнота информации, политические и экономические факторы, национальная культура). Цели интернационализации и их характеристика (рост масштабов фирмы, повышение прибыльности, сбалансированность стратегического набора фирмы)	ПК-3	Знать: виды стратегических изменений, области проведения стратегических изменений. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Проблемная лекция
Тема 8.	Тема 8. Кризис теории стратегического планирования	2/0,055	0,5/0,014	Основные виды стратегических изменений (перестройка организации, радикальные преобразования, умеренные преобразования, обычные изменения). Области проведения стратегических изменений (изменение организационной структуры, изменений организационной культуры).	ПК-3, ПК-5	Знать: характеристики современных условий бизнеса, стратегическое планирование в контексте организационного развития, концепции стратегического выбора. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Лекция-визуализация, кейс-метод

Тема 9.	Тема 9 Холщическая концепция стратегического планирования	2/0,055	0,5/0,014	Организация, бизнес и бизнес-системы. Типология бизнес систем в современном мире. Стратегии развития в бизнес-системах. Бизнес идея. Стратегические позиции в бизнес пространстве. Целевые установки и стратегические альтернативы развития бизнеса.	ПК-5	Знать: определение организации, бизнеса и бизнес-системы, типология бизнес систем в современном мире, стратегии развития в бизнес-системах. Уметь: применять позиции в бизнес пространстве, целевые установки и стратегические альтернативы развития бизнеса. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Проблемная лекция
Тема 10	Тема 10. Сущность планирования	2/0,055	0,5/0,014	Понятие планирования. Преимущества и недостатки планирования. Форма плана	ПК-3, ПК -5	Знать: определение планирования, преимущества и недостатки планирования, форма плана Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Проблемная лекция
Тема 11	Тема 11. Методология планирования	4/0,11	0,5/0,014	Основные принципы планирования. Методы планирования (балансовый, опытно-статистический, нормативный, экономико-математические). Показатели плана и их классификация. Система мер для обеспечения выполнения плана.	ПК-5	Знать: принципы и методы планирования, показатели плана и их классификация. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Слайд-лекции, имитационное моделирование
Тема 12	Тема 12. Планирование маркетинга фирмы	2/0,055	0,5/0,014	Сущность и структура плана маркетинга. Требования к плану маркетинга. Основные составные части плана маркетинга. Выбор типа стратегии маркетинга. Маркетинговые исследования.	ПК-3, ПК -5	Знать: сущность и структура плана маркетинга, требования к плану маркетинга, составные части плана маркетинга. Уметь: выбирать стратегию маркетинга, проводить маркетинговые исследования	Проблемные лекции, интерактивные методы обучения

Тема 13	Тема 13. Планирование производства	2/0,055	0,5/0,014	Мониторинг маркетинга. Планирование сбыта (продаж)	ПК -3	и мониторинг. Владеть: навыками сбора и анализа информации, планирования сбыта. Знать: определение производственной функции и ее виды, коэффициента использования мощностей Уметь: определять точку безубыточности. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Проблемные лекции, интерактивные методы обучения
Тема 14	Тема 14. Методы определения экономического эффекта	4/0,11	1/0,027	Экономический эффект от привлечения к продаже дополнительной партии товаров. Экономический эффект при мерах по ускорению оборачиваемости капитала. Экономический эффект от влияния роста интенсивных факторов на объем деятельности. Экономический эффект от рекламных мероприятий	ПК-3, ПК-5	Знать: определение экономических эффектов от привлечения к продаже дополнительной партии товаров, при мерах по ускорению оборачиваемости капитала, от влияния роста интенсивных факторов на объем деятельности, от рекламных мероприятий Уметь: рассчитывать вышеуказанные экономические эффекты. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	Слайд-лекции, интерактивные методы обучения
	Итого	34/0,94	8/0,222				

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем

в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
7 семестр				
1.	Раздел 1. Методологические основы стратегического управления	Системный подход к стратегическому управлению. Четыре уровня знаний составляющих методологию стратегического управления. Системный и ситуационный подход как методологическая база стратегического управления. Основные положения и принципы стратегического управления. Основные понятия стратегического управления (потенциал организации, стратегия, конкурентоспособность организации).	2/0,055	0,5/0,014
2.	Раздел 2 Элементы стратегического планирования	Стратегическое планирование и его задачи. Миссия организации и ее выбор. Цели организации и их основные характеристики.	2/0,055	0,5/0,014
3.	Раздел 3 Анализ среды организации	Анализ макроокружения. Анализ непосредственного окружения. Анализ внутренней среды организации. Методы анализа среды (SWOT- анализ, PEST анализ, анализ профиля среды).	4/0,11	1/0,027
4.	Раздел 4. Изучение стратегических альтернатив и выбор стратегии	Основные этапы разработки стратегии. Стратегические зоны хозяйствования (СЗХ). Порядок выделения СЗХ. Основные области выработки стратегии. Типы стратегий бизнеса: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии сокращения. Портфельный анализ и разработка портфельной стратегии. Матрицы продукт-рынок, БКГ.	2/0,055	0,5/0,014
5.	Раздел 5 Управление реализацией стратегии	Основные компоненты формального планирования (тактика, политика, процедуры). Система планов предприятия. Адаптивность стратегического плана. Выработка целей, планирование действий, проверка и оценка, корректирующие меры. Методы распределения ресурсов для реализации стратегии.	2/0,055	0,5/0,014
6.	Раздел 6. Планирование международной деятельности	Отличительные характеристики интернационализации (неполнота информации, политические и экономические факторы, национальная культура). Цели интернационализации и их характеристика (рост масштабов фирмы, повышение прибыльности, сбалансированность стратегического набора	2/0,055	0,5/0,014

		фирмы.		
7.	Раздел Проведение стратегических изменений	7. Основные виды стратегических изменений (перестройка организации, радикальные преобразования, умеренные преобразования, обычные изменения). Области проведения стратегических изменений (изменение организационной структуры, изменений организационной культуры).	2/0,055	0,5/0,014
8.	Раздел 8. Кризис теории стратегического планирования	Характеристика современных условий бизнеса. Стратегическое планирование в контексте организационного развития. Тектоцентрическая парадигма стратегического планирования. Концепции стратегического выбора.	2/0,055	0,5/0,014
9.	Раздел 9. Холическая концепция стратегического планирования	Организация, бизнес и бизнес-системы. Типология бизнес систем в современном мире. Стратегии развития в бизнес-системах. Бизнес идея. Стратегические позиции в бизнес пространстве. Целевые установки и стратегические альтернативы развития бизнеса.	2/0,055	0,5/0,014
10.	Раздел 10. Сущность планирования	Понятие планирования. Преимущества и недостатки планирования. Форма плана.	2/0,055	0,5/0,014
11.	Раздел Методология планирования	11. Основные принципы планирования. Методы планирования (балансовый, опытно-статистический, нормативный, экономико-математические). Показатели плана и их классификация. Система мер для обеспечения выполнения плана.	4/0,11	0,5/0,014
12.	Раздел Планирование маркетинга фирмы	12. Сущность и структура плана маркетинга. Требования к плану маркетинга. Основные составные части плана маркетинга. Выбор типа стратегии маркетинга. Маркетинговые исследования. Мониторинг маркетинга. Планирование сбыта (продаж).	2/0,055	0,5/0,014
13.	Раздел 13. Планирование производства	Производственная функция и ее виды. Планирование производства в различных отраслях. План товарной продукции и принципы его составления. Коэффициент использования мощностей. Определение точки безубыточности.	2/0,055	0,5/0,014
14.	Раздел 14. Методы определения экономического эффекта	Экономический эффект от привлечения к продаже дополнительной партии товаров. Экономический эффект при мерах по ускорению оборачиваемости капитала. Экономический эффект от влияния роста интенсивных факторов на объем деятельности. Экономический эффект от рекламных мероприятий.	4/0,11	1/0,027
	Итого		34/0,94	8/0,222

5.5 Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Объем в часах / трудоемкость в з.е.
-	-	-	-

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовая работа структурно состоит из двух частей:

1. **Общетеоретическая часть**, включает следующие рекомендуемые темы:

1. Инновационные стратегии компаний: тенденции и перспективы.
2. Создание и развитие стратегии.
3. Создание конкурентных преимуществ с помощью нововведений.
4. Методы удержания стратегического преимущества на рынке.
5. Влияние миссии и целей компании на выбор стратегии внедрения новой

технологии.

6. Влияние государственной инвестиционной политики на стратегии фирм.

7. Стратегический менеджмент на международном рынке в условиях глобального кризиса.

8. Стратегический менеджмент в современных российских условиях.

9. Стратегическое управление: от старых форм к новым реалиям.

10. Практические аспекты стратегического управления через призму опыта крупнейших компаний.

11. Инвестиции как фактор эффективной реализации стратегии.

12. Глобализация и стратегический менеджмент.

13. Стратегический менеджмент в нелинейных условиях.

14. Инновации как путь к достижению стратегических преимуществ.

15. Динамическое моделирование стратегий развития компании.

16. Стратегическое управление на хаотических рынках.

17. Компьютерное моделирование в стратегическом менеджменте.

18. Причины и последствия неверных стратегий.

19. Инвестиции как составляющая стратегии предприятия.

20. Моделирование организационных стратегий.

21. Стратегический синергизм.

22. Кластеры и стратегические преимущества фирм.

23. Секреты стратегий глобальных компаний.

24. Роль инноваций в развитии стратегии предприятия.

25. Стратегии на локальных рынках.

26. Стратегии как источник возникновения новых видов бизнеса.

27. Влияние государственной инновационной политики на стратегии фирм.

28. Парадоксы формирования и реализации стратегий.

29. Современные тенденции развития стратегий.

30. Стратегии с коротким жизненным циклом.

31. Стратегии Internet- экономики.

32. Стратегии диверсифицированных компаний в российских условиях.

33. Инвестиционные стратегии российских и зарубежных компаний: сравнительный анализ.

34. Стратегическое управление человеческими ресурсами.

2. **Расчетная часть**, содержит расчеты в соответствии с настоящим заданием:

Составить SWOT-анализ действующего предприятия.

5.7. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения, неделя	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
Раздел 1. Методологические основы стратегического управления	Системный подход к стратегическому управлению. Четыре уровня знаний составляющих методологию стратегического управления. Системный и ситуационный подход как методологическая база стратегического управления. Основные положения и принципы стратегического управления. Основные понятия стратегического управления (потенциал организации, стратегия, конкурентоспособность организации).	1 неделя	0,5/0,014	6/0,017
Раздел 2 Элементы стратегического планирования	Стратегическое планирование и его задачи. Миссия организации и ее выбор. Цели организации и их основные характеристики.	2 неделя	0,5/0,014	6/0,017
Раздел 3 Анализ среды организации	Анализ макроокружения. Анализ непосредственного окружения. Анализ внутренней среды организации. Методы анализа среды (SWOT- анализ, PEST анализ, анализ профиля среды).	3 неделя	0,5/0,014	6/0,017
Раздел 4. Изучение стратегических альтернатив и выбор стратегии	Основные этапы разработки стратегии. Стратегические зоны хозяйствования (СЗХ). Порядок выделения СЗХ. Основные области выработки стратегии. Типы стратегий бизнеса: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии сокращения. Портфельный анализ и разработка портфельной стратегии. Матрицы продукт-рынок, БКГ	4-5 неделя	0,5/0,014	4/0,11
Раздел 5 Управление реализацией стратегии	Основные компоненты формального планирования (тактика, политика, процедуры). Система планов предприятия. Адаптивность стратегического плана. Бюджеты и этапы их составления Контроль и управление по целям. Этапы процесса управления по целям. Выработка целей, планирование	6 неделя	1/0,027	6/0,017


		действий, проверка и оценка, корректирующие меры. Методы распределения ресурсов для реализации стратегии			
Раздел 6. Планирование международной деятельности		Отличительные характеристики интернационализации (неполнота информации, политические и экономические факторы, национальная культура). Цели интернационализации и их характеристика (рост масштабов фирмы, повышение прибыльности, сбалансированность стратегического набора фирмы)	7 неделя	1/0,027	6/0,017
Раздел 7. Проведение стратегических изменений		Основные виды стратегических изменений (перестройка организации, радикальные преобразования, умеренные преобразования, обычные изменения). Области проведения стратегических изменений (изменение организационной структуры, изменений организационной культуры).	8 неделя	1/0,027	6/0,017
Раздел 8. Кризис теории стратегического планирования		Характеристика современных условий бизнеса. Стратегическое планирование в контексте организационного развития. Тектоцентрическая парадигма стратегического планирования. Концепции стратегического выбора.	9 неделя	1/0,027	6/0,017
Раздел 9. Холическая концепция стратегического планирования		Организация, бизнес и бизнес-системы. Типология бизнес систем в современном мире. Стратегии развития в бизнес-системах. Бизнес идея. Стратегические позиции в бизнес пространстве. Целевые установки и стратегические альтернативы развития бизнеса.	10 неделя	1/0,027	6/0,017
Раздел 10. Сущность планирования		Понятие планирования. Преимущества и недостатки планирования. Форма плана	11-12 неделя	1/0,027	6/0,017
Раздел 11. Методология планирования		Основные принципы планирования. Методы планирования (балансовый, опытно-статистический, нормативный, экономико-математические). Показатели плана и их классификация. Система мер для обеспечения выполнения плана.	13-14 неделя	1/0,027	6/0,017
Раздел 12. Планирование маркетинга фирмы		Сущность и структура плана маркетинга. Требования к плану маркетинга. Основные составные части плана маркетинга. Выбор	15 неделя	1/0,027	6/0,017

	типа стратегии маркетинга. Маркетинговые исследования. Мониторинг маркетинга. Планирование сбыта (продаж)			
Раздел 13. Планирование производства	Производственная функция и ее виды. Планирование производства в различных отраслях. План товарной продукции и принципы его составления. Коэффициент использования мощностей. Определение точки безубыточности.	16 неделя	1/0,027	6/0,017
Раздел 14. Методы определения экономического эффекта	Экономический эффект от привлечения к продаже дополнительной партии товаров. Экономический эффект при мерах по ускорению оборачиваемости капитала. Экономический эффект от влияния роста интенсивных факторов на объем деятельности. Экономический эффект от рекламных мероприятий	17 неделя	1/0,027	6/0,017
Курсовая работа	Сбор информации, написание, защита	4-17 неделя	26,5/1,74	35,5/0,99
	Подготовка к промежуточной аттестации: экзамен в устной форме	18 неделя		
Итого			38,5/1,07	117,5/3,26

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

1. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Стратегический менеджмент» для студентов очной и заочной форм обучения специальности 080507 «Менеджмент организации» и по направлению подготовки бакалавров 080200.62 «Менеджмент» [Электронный ресурс] / [сост. Г.В. Карамушко]. – Майкоп: Магарин О.Г., 2013. – 48 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgu.ru:8002/libdata.php?id=2100002271>

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ

/САМУСОВА Е.Е./

6.2 Литература для самостоятельной работы

1. Курлыкова, А.В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Курлыкова. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2013. - 176 с - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354060>
2. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2013. - 528 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=373808>
3. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Н.А. Казакова и др; под ред. Н.А. Казаковой. - М.: Инфра-М, 2012. - 320 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=261613>
4. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент: учебник / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. - М.: КНОРУС, 2011. - 496 с.
5. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Понятия, концепции, инструменты принятия решений [Электронный ресурс]: справочное пособие / В.Д.

Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 320 с - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003258>

6. Егоршин, А.П. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 290 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=952274>

7. Панов, А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 304 с. ЭБС «IPRbooks» Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71059.html>

8. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Б.Т. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 623 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71227.html>

9. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник для вузов / Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 577 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52064>

10. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Стратегический менеджмент» для студентов очной и заочной форм обучения специальности 080507 «Менеджмент организации» и по направлению подготовки бакалавров 080200.62 «Менеджмент» [Электронный ресурс] / [сост.Г.В. Карамушко]. – Майкоп: Магарин О.Г., 2013. – 48 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002271>

11. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Понятия, концепции, инструменты принятия решений [Электронный ресурс]: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 320 с - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=412045>

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
 /САМУСОВА Е.Е./

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Стратегический менеджмент»

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)		Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения ОП
ОФО	ЗФО	
ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности		
3,4	3,4	Маркетинг
2	2	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (учебная практика)
7	7	Стратегический менеджмент
8	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы
ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
5	5	Исследование систем управления

7	7	<i>Стратегический менеджмент</i>
8	9	Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы
8	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			Наименование оценочного средства	
	неудовлетворительно	хорошо	отлично		
ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности					
знать: и понимать основные пути и методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, курсовая работа, тесты, рефераты, экзамен
уметь: анализировать, систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию стратегии предприятия.	Частичные умения	Неполные умения	Учения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
владеть: навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений					
знать: методы научных исследований основных направлений получения новых знаний на основе уже имеющихся и (или) получаемых в процессе проведения специальных исследовательских работ.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, курсовая работа, тесты, эссе, рефераты, экзамен
уметь: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.	Частичные умения	Неполные умения	Учения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

<p>владеть: способностью использовать проблемные знания для решения проблем (задач) организации, а также методами анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допущены пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	
---	------------------------------------	---	--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Стратегический менеджмент в системе рыночных отношений.
2. Историческая последовательность становления стратегического менеджмента.
3. исторических форм стратегического менеджмента
4. Стратегический менеджмент как процесс эффективного управления.
5. Современные теории формирования стратегий.
6. Тактика как краткосрочная стратегия.
7. Целеполагание как процесс разработки стратегии и тактики организации.
8. Программно-целевой метод планирования и управления.
9. Методы стратегического планирования, применяемые зарубежными фирмами.
10. Предпринимательского управления развитием организации.
11. Организация работ по внутрифирменному планированию.
12. Особенности ВФП в зарубежных фирмах.
13. Современные тенденции стратегического контроля.
14. Виды планирования и их значение в стратегическом управлении.
15. Стратегическое планирование развития города и региона.
16. Стратегическое планирование в современных холдингах с участием государства.
17. Стратегическое планирование инновационного проекта.
18. Стратегическое распределение функций между организациями.
19. Конкурентные стратегии в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
20. Конкурентные стратегии в условиях глобализации.
21. Менеджмент знаний как конкурентная стратегия.
22. Предписывающие школы стратегий.
23. Школы формулирования стратегий.

Задания для контрольной работы (ОФО)

Тема 1.

1. Предпосылки возникновения концепции стратегического управления.
2. Ключевые характеристики оперативного и стратегического управления.
3. Роль стратегического планирования в системе стратегического управления инновационным предприятием.

Тема 2.

1. Внешняя среда инновационной организации.
2. Внутренняя среда инновационной организации.
3. Основные свойства внешней среды инновационного предприятия.

Тема 3.

1. Основы стратегического анализа инновационного предприятия.
2. Этапы и результаты стратегического анализа инновационного предприятия.

Тема 4.

Определите факторы макросреды, влияющие на деятельность инновационного предприятия в соответствии с методикой PEST. Постройте таблицу PEST-анализа, выявите наиболее значимые факторы, сделайте выводы.

Тема 5.

Определите влияние модели пяти сил Портера на инновационное предприятие.

Тема 6.

Постройте контрольную карту сильных и слабых сторон предприятия занимающегося производством инноваций.

Тема 7.

Постройте SWOT-матрицу фирмы занимающегося инновациями в строительстве (не мене 5 факторов по каждой переменной).

Тема 8.

1. Основные методы конкурентного анализа.
2. Факторы конкурентной среды.
3. Составить карту стратегических групп конкурентов.

Тема 9.

Раскрыть характеристики используемые для построения модели БКГ.

Темы эссе

1. Факторы, определяющие инновационное и стратегическое поведение организации.
2. «Социология» инноваций и технологическая конкуренция.
3. Вклад продуктовых, процессных и производственных инноваций в реализацию конкурентных стратегий компании.
4. Роль управленческих, организационных и социальных инноваций.
5. Инновационные и технологические стратегии: сущность и виды стратегий.
6. Стратегии в условиях неопределенности внешней среды.
7. Стратегия голубого океана.
8. Стратегии кайзен.
9. Комбинация стратегий: японские стратегии Каиша.

Тестовые задания №1

1. Назовите наиболее характерные предпосылки появления стратегического менеджмента
 - А) Высокая степень централизации управления, наличие множества жестких правил и процедур, определяющих поведение управляющих
 - Б) Стабильные производственные цели
 - В) Увеличение, усложнение и быстрая сменяемость производственных задач.
 - Г) Ужесточение законодательства в области социальной ответственности организации.
2. В основе стратегического управления лежит:
 - А) Сильная бюрократическая система управления
 - Б) Сильная организационная культура
 - В) Жесткая регламентация действий работников
 - Г) Взгляд внутрь организации, поиск путей более эффективного использования ресурсов.
3. Особенности стратегических решений являются:
 - А) Направленность на кратко- и среднесрочную перспективу.
 - Б) Объективность оценок
 - В) Высокая степень риска
 - Г) Инновационный характер
 - Д) Альтернативность решений
4. Особенности оперативных решений являются:
 - А) Направленность на долгосрочную перспективу
 - Б) Высокая степень риска
 - В) принимаются на основе более точной и детальной информации
 - Г) относительная регулярность принятия решений
 - Д) ориентированы преимущественно на внутренние организационные процессы
5. Корпоративная стратегия – это:
 - А) Стратегия для диверсифицированной компании

- Б) Стратегия для специализированной фирмы (узкопрофильной компании)
 - Б) Стратегия для нескольких подразделений компаний
 - Г) Одна из базисных (эталонных) стратегий
6. Деловая стратегия – это:
- А) Стратегия диверсифицированной компании
 - Б) Стратегия специализированной фирмы (узкопрофильной компании)
 - В) Стратегия на уровне функционального подразделения.
 - Г) Стратегии, определяющие направления действий в таких функциональных сферах организации как финансы, маркетинг, производство, персонал и т.д.
7. Функциональные стратегии - это:
- А) Стратегия диверсифицированной компании
 - Б) стратегии, определяющие направления действий в таких функциональных сферах организации как финансы, маркетинг, производство, персонал и т.д.
 - В) Стратегия специализированной фирмы (узкопрофильной компании)
 - Г) Одна из базисных (эталонных) стратегий
8. Операционная стратегия – это:
- А) Стратегия диверсифицированной компании
 - Б) Стратегия специализированной фирмы (узкопрофильной компании)
 - В) Стратегия ключевых оперативных единиц (заводы, отделы внутри функциональных направлений, центры распределения и др.)
 - Г) Одна из базисных (эталонных) стратегий
9. Миссия организации – это:
- А) Средство мотивации сотрудников
 - Б) Конкретное указание, что и в какие сроки сделать
 - В) Утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных.
 - Г) Основные задачи организации
10. Какая из перечисленных стратегий развития предполагает отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе:
- А) Стратегия развития продукта
 - Б) Стратегия обратной вертикальной интеграции
 - В) Стратегия «сбора урожая»
 - Г) Стратегия сокращения расходов
11. Может ли фирма на практике одновременно реализовывать сразу несколько корпоративных стратегий:
- А) Да
 - Б) Нет
12. Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции означает приобретение контроля над:
- А) фирмой-поставщиком
 - Б) покупателями
 - В) фирмами с таким же видом бизнеса
 - Г) фирмами распределения и сбыта
13. Стратегия обратной вертикальной интеграции означает приобретение контроля над:
- А) фирмой-поставщиком
 - Б) покупателями
 - В) фирмами с таким же видом бизнеса
 - Г) фирмами распределения и сбыта.
14. Стратегии конгломеративной диверсификации соответствуют следующие характеристики бизнеса:

- А) Продукт – новый, технология – старая, рынок – старый.
- Б) Продукт – новый, технология – новая, рынок – старый.
- В) Продукт – новый, технология – новая, рынок – новый.

15. Стратегии горизонтальной диверсификации соответствуют следующие характеристики бизнеса:

- А) Продукт – новый, технология – старая, рынок – старый.
- Б) Продукт – новый, технология – новая, рынок – старый.
- В) Продукт – новый, технология – новая, рынок – новый.

16. Стратегии концентрической диверсификации соответствуют следующие характеристики бизнеса:

- А) Продукт – новый, технология – старая, рынок – старый.
- Б) Продукт – новый, технология – новая, рынок – старый.
- В) Продукт – новый, технология – новая, рынок – новый.

17. К решениям стратегического типа относятся:

- А) Выбор рынков и круга производимых товаров
- Б) Решение о найме рядовых сотрудников
- В) Выбор способов ведения конкурентной борьбы
- Г) Выбор деловых партнеров

18. Внешнюю среду современной фирмы можно охарактеризовать как:

- А) Динамичную
- Б) Сложную
- В) Предсказуемую
- Г) Постоянную, стабильную

19. Для модели гибкого производства характерно:

- А) Последовательный подход к организации работ
- Б) Параллельный (групповой) подход к организации работ
- В) Компьютерное и автоматизированное проектирование
- Г) Использование конвейерных технологий
- Д) Узкая специализация труда

20. Для фирм индустриальной эпохи характерно:

- А) Массовое производство
- Б) Использование гибких технологий
- В) Массовый сбыт стандартной продукции
- Г) Обслуживание крупных однородных рынков
- Д) Выпуск продукции небольшими партиями, сериями

21. Для фирм постиндустриальной эпохи характерно:

- А) Массовое производство
- Б) Использование гибких технологий
- В) Массовый сбыт стандартной продукции
- Г) Обслуживание крупных однородных рынков
- Д) Выпуск продукции небольшими партиями, сериями

22. Суть стратегического аспекта управления:

- А) Эффективная адаптация организации к внутренним изменениям
- Б) Эффективная адаптация организации к внешним изменениям
- В) Ориентация на среднесрочную перспективу
- Г) Ускоренный рост денежных поступлений

23. К оперативным (финансовым) целям относятся:

- А) Повышение качества продукта (товара)
- Б) Повышение репутации организации среди клиентов
- В) Более высокие дивиденды
- Г) Увеличение притока денежных средств

24. К стратегическим целям относятся:

- А) Повышение качества продукта (товара)
 - Б) Повышение репутации организации среди клиентов
 - В) Более высокие дивиденды
 - Г) Увеличение притока денежных средств
25. Движущие силы конкуренции – это:
- А) Экономические характеристики отрасли
 - Б) Количественная интерпретация основного интереса деятельности фирмы
 - В) Основные причины, приводящие к изменению условий конкуренции и ситуации

в целом

- Г) Стабильные производственные цели
26. Основные цели анализа внутренней среды организации – это:
- А) Сравнительный анализ конкурентных преимуществ
 - Б) Выявление возможностей и угроз
 - В) Анализ использования потенциала фирмы
 - Г) Управление производственными процессами
27. Основная цель анализа внешней среды организации – это:
- А) Сравнительный анализ конкурентных преимуществ
 - Б) Выявление возможностей и угроз
 - В) Анализ использования потенциала фирмы
 - Г) Управление производственными процессами
28. Расположите в порядке эволюции и развития следующие теории управления:

А) Управление по целям	
Б) Менеджмент-обучение	
В) Управление по инструкциям	

29. Предпосылки использования конкурентной стратегии дифференциации:
- А) Массовый спрос на продукцию
 - Б) Разнообразие потребностей покупателей
 - В) Преобладание ценовой конкуренции
 - Г) Преобладание неценовой конкуренции
30. Предпосылки использования конкурентной стратегии лидерства в издержках:
- А) Массовый спрос на продукцию
 - Б) Разнообразие потребностей покупателей
 - В) Преобладание ценовой конкуренции
 - Г) Преобладание неценовой конкуренции

Тестовые задания №2

1. Стратегические проблемы развития производства это:
- А) Сравнения предприятия с конкурентами по основным сферам деятельности и продуктам;
 - Б) Несоответствие стратегических целей текущему состоянию.
2. К стратегическим проблемам относятся:
- А) Отсутствие роста,
 - Б) Снижение рентабельности,
 - В) Падение доходов населения
 - Г) Уменьшение доли рынка,
 - Д) Внешнеэкономическая деятельность
 - Е) Отсутствие равновесия между хозяйственными подразделениями в диверсифицированной компании,
 - Ж) Недостаточность инноваций.
3. Стратегический потенциал организации это:
- А) Соответствие и достаточность стратегических возможностей организации для разработки и реализации стратегии, укрепляющей ее конкурентную позицию;

Б) Упорядоченная совокупность взаимосвязанных, взаимодействующих элементов, связи между которыми обеспечивают их функционирование и развитие как единого целого;

В) Постановка целей и задач организации с поддержкой взаимоотношений между организацией и окружением, которое позволяет ей достичь своих целей, отвечает ее внутренним возможностям и разрешает оставаться благоприятной к внешним требованиям.

4. Какой вид анализа стратегического менеджмента обозначает данное определение: *«Инструмент исторически сложившегося четырехэлементного стратегического анализа внешней среды. Анализ каждого из выделенных аспектов проводится системно, так как в жизни все эти аспекты между собой тесным и сложным образом взаимосвязаны»*:

А) Стратегический анализ;

Б) PEST-анализ;

В) SWOT-анализ;

Г) Портфельный анализ

5. Сколько этапов содержит ситуационный анализ?

А) четыре;

Б) пять;

В) шесть;

Г) семь;

Д) восемь.

6. Какой метод не относится к методам управленческого анализа:

А) ситуационный анализ;

Б) портфельный анализ;

В) метод экстраполяции;

Г) экспертные оценки

7. Что является целью ситуационного анализа?

А) Поиск оптимального решения проблемы закупки сырья;

Б) Выработка стратегических альтернатив;

В) Оценка оперативной ситуации разных компаний;

Г) Оценка стратегической ситуации для конкретной компании в конкретном окружении;

Д) выявление недостатков планирования.

8. Промышленность России имеет:

А) Сложную диверсифицированную и многоотраслевую структуру,

Б) Сложную вертикально-интегрированную структуру;

Г) Сложную организационную и специализированную структуру.

9. Отраслевая структура промышленности определяется многими общественными и экономическими факторами, основными из которых являются:

А) Уровень развития производства,

Б) Технический прогресс,

В) Уровень доходов населения;

Г) Общественно-исторические условия,

Д) Производственные навыки населения,

Е) Природные ресурсы,

Ж) Инфляционные процессы.

10. Стратегия это:

А) Инструмент стратегического управления, с помощью которого руководство предприятия выявляет и оценивает свою деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные её направления;

Б) Долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы внутрипроизводственных отношений, а также позиций предприятия в окружающей среде;

В) Комплексные процессы высшего уровня, объединяющие и координирующие все известные бизнес-процессы

11. В основе стратегического управления лежит:

А) Сильная бюрократическая система управления

Б) Сильная организационная культура

В) Жесткая регламентация действий работников

Г) Взгляд внутрь организации, поиск путей более эффективного использования ресурсов.

12. Особенности стратегических решений являются:

А) Направленность на кратко- и среднесрочную перспективу,

Б) Объективность оценок,

В) Высокая степень риска,

Г) Инновационный характер,

Д) Альтернативность решений.

13. Принципы управления организацией, которые необходимо учитывать при проектировании или перестройке системы управления:

А) Разделение труда,

Б) Единство командования,

В) Мотивация персонала,

Г) Ответственность и полномочия,

Д) Стиль управления.

14. Организационная структура – это.....

15. Структура изменяется под воздействием:

А) Изменения стратегии предприятия,

Б) Внешней среды,

В) Внутренней среды,

Г) Системы управления.

16. Три этапа проектирования:

А) Анализ оргструктур,

Б) Проектирование,

В) Анализ персонала,

Г) Оценка эффективности,

Д) Оценка эффективности системы управления.

17. Основные концепции организационного развития:

А) Организационно-экологическая,

Б) Теория стратегического выбора,

В) Социально-экономическая

18. Суть стратегического аспекта управления:

А) Эффективная адаптация организации к внутренним изменениям

Б) Эффективная адаптация организации к внешним изменениям

В) Ориентация на среднесрочную перспективу

Г) Ускоренный рост денежных поступлений

19. К оперативным (финансовым) целям относятся:

А) Повышение качества продукта (товара)

Б) Повышение репутации организации среди клиентов

В) Более высокие дивиденды

Г) Увеличение притока денежных средств

20. К стратегическим целям относятся:

А) Повышение качества продукта (товара)

- Б) Повышение репутации организации среди клиентов
 - В) Более высокие дивиденды
 - Г) Увеличение притока денежных средств
21. Какое утверждение, по вашему мнению, является неверным: «При анализе экономических факторов рассматривают:
- А) Темпы инфляции (дефляции);
 - Б) Налоговую ставку;
 - В) Кредитную политику местных властей;
 - Г) Изменения курса национальной валюты.
22. Какой метод не используется в анализе факторов политической среды:
- А) Исторический метод;
 - Б) Сравнительный метод;
 - В) Экспериментальные методы;
 - Г) Ситуационный метод
23. На чем базируются международные экономические отношения?
- А) На инфляции и безработице;
 - Б) На спросе и предложении;
 - В) На международном разделении труда;
 - Г) На внутреннем разделении труда;
 - Д) На инфляции.
24. В рамках внешнеэкономической деятельности фирмы внешние факторы влияют на:
- А) долгосрочные цели внешнеэкономической деятельности фирмы;
 - Б) краткосрочные цели внешнеэкономической деятельности фирмы;
 - В) краткосрочные цели производственной деятельности фирмы;
 - Г) долгосрочные цели политики управления персоналом;
 - Д) размер прибыли фирмы.
25. Какой тип организационной структуры предполагает выделение в организации сфер деятельности, таких как управление НИОКР, производством, маркетингом, персоналом, финансами и т. д.
- А) Матричная;
 - Б) Линейная;
 - В) Функциональная;
 - Г) Дивизиональная
26. Определению: «*это деятельность связана с постановкой целей и задач организации с поддержкой взаимоотношений между организацией и окружением, которое позволяет ей достичь своих целей, отвечает ее внутренним возможностям и разрешает оставаться благоприятной к внешним требованиям*» соответствует понятие:
- А) Стратегическое планирование
 - Б) Стратегия
 - В) Стратегический менеджмент
 - Г) Стратегическое управление
27. Как называется процесс формулирования миссии и целей организации, выбора стратегий с целью обеспечения эффективной работы организации в будущем?
- А) Анализ стратегического окружения;
 - Б) Стратегическое поведение;
 - В) Стратегическое планирование;
 - Г) Стратегическое управление;
 - Д) Стратегический маркетинг.
28. Если важное место отводится анализу перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также

отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции, то это:

- А) Стратегическое планирование
- Б) Среднесрочное планирование
- В) Долгосрочное планирование
- Г) Другой ответ

29. Если будущее состояние организации может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста, то это:

- А) Стратегическое планирование
- Б) Среднесрочное планирование
- В) Долгосрочное планирование
- Г) Другой ответ

30. Какое структурное подразделение (служба) в организации должно осуществлять управленческий анализ:

- А) Служба маркетинга;
- Б) Планово-экономический отдел;
- В) Финансовый отдел или бухгалтерия;
- Г) Служба внутреннего аудита.

31. Недостатком стратегии специализации является то, что:

А) Все усилия ресурсы фирмы сосредоточены на единственном направлении деятельности;

- Б) Относительно легко выявляются конкурентные преимущества;
- В) Исключается непреодолимость миссии.

32. Стратегия малых фирм, использующих преимущество известных производителей, может быть в форме:

- А) Франчайзинга;
- Б) Копирование продукции;
- Г) Участие в производстве продукции.

33. Для какого типа стратегии диверсификация деятельности предприятия является формой реализации

- А) Деловая (бизнес-стратегия);
- Б) Функциональная стратегия;
- В) Корпоративная (портфельная) стратегия;
- Г) Маркетинговая стратегия

34. Какие типы стратегий рассматривает современная концепция маркетинга?

- А) Прямого и дифференцированного маркетинга;
- Б) Концентрированного и оборонительного маркетинга;
- В) Наступательную и оборонительную стратегию;
- Г) Стратегию прочного внедрения;
- Д) Концентрированного и дифференцированного маркетинга.

35. Форма реакции менеджеров «первого ряда» на проведение модернизации производства предполагает:

- А) Принятие решения о модернизации;
- Б) Выполнение новых процедур при изменении технологии;
- В) Проведение изменений на уровне конкретных операций и процедур.

36. Эволюционное развитие стратегического планирования, которое составляет его сущностную основу, это:

- А) Стратегическое планирование
- Б) Среднесрочное планирование
- В) Долгосрочное планирование
- Г) Стратегическое управление

37. Реактивное управление характеризуется:

- А) Реакцией сразу, как произошли изменения.
 - Б) Реакцией с определенной задержкой относительно внешних изменений;
 - Г) Упреждающей реакцией на ожидаемые перемены в окружающей среде.
38. Технология системы управления на основе предвидения изменений - это:
- А) Стратегическое планирование.
 - Б) Долгосрочное планирование;
 - В) Финансовое и технико-экономическое планирование.

Курсовая работа

Курсовая работа структурно состоит из двух частей:

1. Общегеоретическая часть, включает следующие рекомендуемые темы:

1. Инновационные стратегии компаний: тенденции и перспективы.
 2. Создание и развитие стратегии.
 3. Создание конкурентных преимуществ с помощью нововведений.
 4. Методы удержания стратегического преимущества на рынке.
 5. Влияние миссии и целей компании на выбор стратегии внедрения новой технологии.
 6. Влияние государственной инвестиционной политики на стратегии фирм.
 7. Стратегический менеджмент на международном рынке в условиях глобального кризиса.
 8. Стратегический менеджмент в современных российских условиях.
 9. Стратегическое управление: от старых форм к новым реалиям.
 10. Практические аспекты стратегического управления через призму опыта крупнейших компаний.
 11. Инвестиции как фактор эффективной реализации стратегии.
 12. Глобализация и стратегический менеджмент.
 13. Стратегический менеджмент в нелинейных условиях.
 14. Инновации как путь к достижению стратегических преимуществ.
 15. Динамическое моделирование стратегий развития компании.
 16. Стратегическое управление на хаотических рынках.
 17. Компьютерное моделирование в стратегическом менеджменте.
 18. Причины и последствия неверных стратегий.
 19. Инвестиции как составляющая стратегии предприятия.
 20. Моделирование организационных стратегий.
 21. Стратегический синергизм.
 22. Кластеры и стратегические преимущества фирм.
 23. Секреты стратегий глобальных компаний.
 24. Роль инноваций в развитии стратегии предприятия.
 25. Стратегии на локальных рынках.
 26. Стратегии как источник возникновения новых видов бизнеса.
 27. Влияние государственной инновационной политики на стратегии фирм.
 28. Парадоксы формирования и реализации стратегий.
 29. Современные тенденции развития стратегий.
 30. Стратегии с коротким жизненным циклом.
 31. Стратегии Internet- экономики.
 32. Стратегии диверсифицированных компаний в российских условиях.
 33. Инвестиционные стратегии российских и зарубежных компаний: сравнительный анализ.
 34. Стратегическое управление человеческими ресурсами.
- 2. Расчетная часть**, содержит расчеты в соответствии с настоящим заданием: Составить SWOT-анализ действующего предприятия.

Шаг 1. Определение сильных и слабых сторон предприятия

Первый шаг SWOT-анализа — оценка собственных сил. Первый этап позволит определить, каковы сильные стороны и недостатки предприятия.

Для того чтобы определить сильные и слабые стороны предприятия, необходимо:

1. Составить перечень параметров, по которому будет оцениваться свое предприятие;
2. По каждому параметру определить, что является сильной стороной предприятия, а что — слабой;
3. Из всего перечня выбрать наиболее важные сильные и слабые стороны предприятия и занести их в матрицу SWOT-анализа.

Заполнить таблицу 1.

Таблица 1. Определение сильных и слабых сторон предприятия

Параметры оценки	Сильные стороны	Слабые стороны
1.		
2.		
3. и т.д.		

После этого из всего списка сильных и слабых сторон предприятия необходимо выбрать наиболее важные (самые сильные и самые слабые стороны) и записать их в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа.

Шаг 2. Определение рыночных возможностей и угроз

Второй шаг SWOT-анализа — это своеобразная «разведка местности» — оценка рынка. Этот этап позволит оценить ситуацию вне предприятия и понять, какие есть возможности, а также каких угроз следует опасаться (и, соответственно, заранее к ним подготовиться).

Методика определения рыночных возможностей и угроз практически идентична методике определения сильных и слабых сторон предприятия:

1. Составим перечень параметров, по которому будет оцениваться рыночная ситуация;
2. По каждому параметру определим, что является возможностью, а что — угрозой для предприятия;
3. Из всего перечня выберем наиболее важные возможности и угрозы и занесем их в матрицу SWOT-анализа.

Заполнить таблицу 2.

Таблица 2. Определение рыночных возможностей и угроз

Параметры оценки	Возможности	Угрозы
1.		
2.		
3. и т.д. ...		

Выбрать те события, которые произойдут с большой долей вероятности и окажут заметное влияние на бизнес.

Итак, матрица SWOT-анализа заполнена, где представлен полный перечень основных сильных и слабых сторон предприятия, а также открывающиеся перед бизнесом перспективы и грозящие ему опасности.

Шаг 3. Сопоставление сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами рынка

Сопоставление сильных и слабых сторон с рыночными возможностями и угрозами позволит ответить на следующие вопросы, касающиеся дальнейшего развития бизнеса:

1. Как я могу воспользоваться открывающимися возможностями, используя сильные стороны предприятия?
2. Какие слабые стороны предприятия могут мне в этом помешать?

3. За счет каких сильных сторон можно нейтрализовать существующие угрозы?

4. Каких угроз, усугубленных слабыми сторонами предприятия, мне нужно больше всего опасаться?

Для сопоставления возможностей предприятия условиям рынка применяется матрица SWOT-анализа (таблица 3).

Таблица 3. Матрица SWOT-анализа

	ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
	1. 2. и т.д.	1. 2. и т.д.
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ 1. 2. и т.д.	1. Как воспользоваться возможностями?	2. За счет чего можно снизить угрозы?
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ 1. 2. и т.д.	3. Что может помешать воспользоваться возможностями?	4. Самые большие опасности для фирмы?

Вывод:

1. определили основные направления развития предприятия (ячейка 1, показывающая, как можно воспользоваться открывающимися возможностями);

2. сформулировали основные проблемы предприятия, подлежащие скорейшему решению для успешного развития бизнеса (остальные ячейки таблицы 3).

Вопросы к экзамену

1. Потребности современной организации в стратегическом управлении.
2. Понятие стратегического управления
3. Стратегии сокращения
4. Стратегии диверсификации
5. Основные положения и принципы стратегического управления
6. Стратегии концентрированного роста
7. Доминантные понятия стратегического управления и их связь между собой
8. Методы анализа среды
9. Потенциал организации
10. Оценка стратегического плана
11. Конкурентоспособность и прибыльность организации
12. Этапы стратегического планирования
13. Стратегическое планирование и его задачи
14. Два стиля организационного поведения
15. Миссия организации
16. Изменение организационной культуры
17. Изменение организационной структуры
18. Цели организации и их характеристика
19. Анализ макроокружения
20. Виды стратегических изменений
21. Анализ непосредственного окружения
22. Цели интернационализации и их характеристика
23. Анализ сильных и слабых сторон организации
24. Отличительные характеристики интернационализации
25. Контроль и управление по целям
26. Этапы разработки стратегии
27. Бюджет и этапы его составления
28. Стратегические зоны хозяйствования. Сегментация внешнего окружения
29. Система планов. Адаптивность стратегического плана

30. Основные области выработки стратегии
31. Основные компоненты формального планирования
32. Типы стратегий бизнеса
33. Матрица Бостонской консультативной группы
34. Портфельный анализ и разработка портфельной стратегии. Матрица продукт/рынок.
35. Организация, бизнес и бизнес-системы.
36. Типология бизнес-систем в современном мире.
37. Стратегии развития в бизнес системах.
38. Методология стратегического и оперативного планирования.
39. Классификация планов.
40. Бизнес-идея, сущность и значение.
41. Стратегические позиции в бизнес-пространстве.
42. Целевые установки и стратегические альтернативы развития бизнеса.
43. Методология стратегического планирования в бизнес-системах.
44. Структурный анализ целевой потребности.
45. Анализ бизнес потенциала организации.
46. Учет предпринимательского риска.
47. Оценка условий бизнеса.
48. Анализ стратегических позиций в бизнес-пространстве.
49. Сущность и структура плана маркетинга.
50. Планирование сбыта (продаж).
51. Планирование производства.
52. Методы определения экономического эффекта.
53. Функциональное планирование фирмы.
54. Планирование прибыли и рентабельности.
55. Планирование издержек производства и обращения.
56. Планирование персонала организации.
57. Цели и методика составления бизнес-плана.
58. Характеристика основных подходов и структуры бизнес-плана.
59. Маркетинг-план, как составная часть бизнес-плана.
60. Методы составления плана маркетинга.
61. Стратегическое планирование инвестиций.
62. Финансовый план, как составная часть бизнес-плана.
63. Оценка и страхование риска.
64. Показатели оценки инвестиционного проекта.
65. Кризис теории стратегического планирования.
66. Тектоцентрическая парадигма стратегического планирования в современных условиях.
67. Автоматизация процесса стратегического планирования.
68. Модели выбора стратегической позиции в конкуренции

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;
- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к выполнению контрольной работы

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся проанализировал материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа оформлена в соответствии с требованиями;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполнена небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке аспирантов.

Критерии оценки знаний при выполнении контрольной работы (ОФО)

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию эссе

Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценивания эссе:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к эссе и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; невыдержан объём; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к написанию эссе. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема эссе не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к выполнению курсовой работы

Курсовая работа (проект) по дисциплине должна отражать проблемные вопросы и современные достижения отечественной и зарубежной практики. Материалы и содержание курсовой работы должны основываться на теоретических положениях и фактических материалах, исходить из реальной действительности и практики. Она должна свидетельствовать об умении автора исследовать проблемы по теме курсовой работы, формулировать и аргументировано обосновывать выдвигаемые положения и тезисы, делать обобщающие выводы и заключения, обосновывать практические рекомендации. Курсовое исследование – творческий труд, результатом которого может быть и нетрадиционный, оригинальный взгляд на поставленную проблему, исследование которой может привести к неожиданным открытиям. В процессе выполнения курсовой работы обучающийся проявляет свою научно-исследовательскую зрелость, готовность к практическому применению приобретенных знаний, квалифицированному решению профессиональных проблем.

Выполнение курсовой работы осуществляется под непосредственным контролем руководителя. После завершения работы обучающийся сдает ее на кафедру. Руководитель определяет ее соответствие требованиям и дает свое заключение о возможности допустить ее к защите. Далее устанавливается дата и время ее защиты. При выставлении оценки за курсовую работу учитываются следующие факторы:

- объем и качество выполнения курсовой работы;
- оригинальность и самостоятельность решения поставленных задач;
- глубина знаний по выбранной теме;
- умение излагать результаты, объяснять источники данных, ориентироваться в законодательных и нормативных документах по данной теме;
- способность обосновывать и защищать принятые решения, отвечать на заданные при защите вопросы как теоретического, так и практического характера.

Показатели и критерии выставления оценок при защите курсовой работы

Показатель оценки	Элемент показателя оценки	Критерии выставления оценки			Отлично
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	
Концепция	Актуальность	Цель, задачи, предмет и объект исследования не сформулированы.	Неверно сформулированы цель, задачи, предмет объекта исследования.	Имеются неточности при формулировке целей, задач, предмета и объекта исследования.	Тема актуальна, соответствует современному состоянию науки и техники, направлена на решение проблем предприятия и его развитие в современных условиях, адекватно сформулированы цель, задачи, предмет и объект исследования.
	Обоснованность	Отсутствует какое-либо обоснование решения задачи работы.	Концепция решения задачи (проблемы) проработана на уровне предположений, недостаточно отражает тему работы. Собственная позиция обучающегося по рассматриваемому кругу вопросов не просматривается.	Концепция решения задачи (проблемы) в основном обоснована и отражает тему работы. Собственная позиция обучающегося по рассматриваемому кругу вопросов просматривается слабо.	Концепция решения задачи (проблемы) имеет ясное логическое обоснование, которое основывается на анализе уровня развития предприятия и отрасли в целом. Просматривается собственная позиция обучающегося по рассматриваемому кругу вопросов.
	Глубина изученности задачи (проблемы)	Проблема не изучена.	Низкая степень глубины изученности задачи работы (проблемы) на основе простой констатации фактов.	Средняя степень глубины изученности задачи работы (проблемы) на основе проведенного анализа факторов и явлений.	Высокая степень глубины изученности задачи работы (проблемы) на основе проведенного анализа факторов и явлений.
	Полнота изученности задачи (проблемы)	При изучении задачи работы (проблемы) использовались неактуальные и неофициальные источники информации из сети Интернет.	Низкая степень полноты изученности задачи работы (проблемы) на основе только источников информации из сети Интернет. Документы недостаточны.	Средняя степень полноты изученности задачи работы (проблемы) на основе отечественных нормативных документов, изучены лучшие примеры.	Высокая степень полноты изученности задачи работы (проблемы) на основе отечественных источников, нормативных документов, лучшего опыта.
Выполнение	Системность раскрытия темы	Последовательность и содержание	Последовательность и содержание слабо отражены	Концепция работы	Концепция работы системно развита

	отражают концепцию работы.	концепцию работы. Структурные элементы работы не сбалансированы, отсутствует логическая связь между разделами пояснительной записки.	логическая связь между разделами работ.	Последовательность и содержание работы имеют внутреннее единство.
Аргументация решений и методов	Отсутствует какая-либо аргументация решений и методов.	В работе не отражены современный уровень и тенденции отрасли. Предлагаемые решения и методы трудно реализуемы в условиях конкретной организации. Выводы слабо аргументированы.	В работе не в полной мере отражены современный уровень и тенденции отрасли. Все предлагаемые решения и методы логически обоснованы с учетом поставленных целей и задач в условиях конкретной организации. Большинство выводов аргументированы.	В работе в полной мере отражены современный уровень и тенденции отрасли. Все предлагаемые решения и методы логически обоснованы с учетом поставленных целей и задач в условиях конкретной организации. Все выводы аргументированы.
Новизна решений и методов	Отсутствуют какие-либо признаки адекватных решений и методов.	Используемые проектные управленческие, экономические решения и методы в основном типовые.	Имеются признаки новизны в проектных управленческих, экономических решениях и методах.	Имеются оригинальные проектные управленческие, экономические решения и методы.
Стиль и язык изложения	В тексте имеются грубые нарушения орфографии и пунктуации, стиль изложения - разговорный.	В тексте имеются нарушения орфографии и пунктуационные ошибки.	Текст выдержан в научно-техническом стиле, место орфографические и пунктуационные ошибки.	Текст выдержан в научно-техническом стиле, в тексте отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки.
Оформление	В оформлении работы допущены грубые нарушения требований соответствующих методических указаний.	В оформлении работы нарушения требований соответствующих методических указаний.	Оформление работы соответствует основным требованиям методических указаний.	Оформление работы соответствует методическим требованиям. Работы оформлена с соблюдением национальных стандартов.
Соответствие поставленным целям	Результаты не достигнуты.	Результаты достигнуты.	Большинство поставленных целей, между результатами и целями достигнуты.	Результаты поставленным целям. Имеются ясные причинно-следственные связи между целями и полученными результатами.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов.

Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Курлыкова, А.В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Курлыкова. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2013. - 176 с - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354060>
2. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2013. - 528 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=373808>
3. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Н.А. Казакова и др; под ред. Н.А. Казаковой. - М.: Инфра-М, 2012. - 320 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=261613>
4. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент: учебник / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. - М.: КНОРУС, 2011. - 496 с.

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
 /САМУСОВА Е.Е./

8.2. Дополнительная литература

5. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Понятия, концепции, инструменты принятия решений [Электронный ресурс]: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 320 с - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003258>

6. Егоршин, А.П. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 290 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=952274>

7. Панов, А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 304 с. ЭБС «IPRbooks» Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71059.html>

8. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Б.Т. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 623 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71227.html>

9. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник для вузов / Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 577 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52064>

10. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Стратегический менеджмент» для студентов очной и заочной форм обучения специальности 080507 «Менеджмент организации» и по направлению подготовки бакалавров 080200.62 «Менеджмент» [Электронный ресурс] / [сост. Г.В. Карамушко]. – Майкоп: Магарин О.Г., 2013. – 48 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002271>

11. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Понятия, концепции, инструменты принятия решений [Электронный ресурс]: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 320 с - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=412045>

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgtu.ru/>

- <http://infomanagement.ru/> - Менеджмент – новости, лекции, статьи, литература

- Научная электронная библиотека www.eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12;>

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

- CYBERLENINKA: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
Е.Е. САМУСОВА

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формиру- емые компетен- ции
7 семестр				
Системный подход к стратегическому управлению. Четыре уровня знаний составляющих методологию стратеги-	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков,	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совер-	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные	ПК-3 ПК-5

<p>ческого управления. Системный и ситуационный подход как методологическая база стратегического управления. Основные положения и принципы стратегического управления. Основные понятия стратегического управления (потенциал организации, стратегия, конкурентоспособность организации).</p>	<p>закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>шенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>пособия, устная речь, письмо</p>	
<p>Стратегическое планирование и его задачи. Миссия организации и ее выбор. Цели организации и их основные характеристики.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо</p>	<p>ПК-5</p>
<p>Анализ макроокружения. Анализ непосредственного окружения. Анализ внутренней среды организации. Методы анализа среды (SWOT-анализ, PEST анализ, анализ профиля среды).</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо</p>	<p>ПК-3, ПК-5</p>
<p>Основные этапы разработки стратегии. Стратегические зоны хозяйствования (СЗХ). Порядок выделения СЗХ. Основные области выработки стратегии. Типы стратегий бизнеса: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо</p>	<p>ПК-3, ПК-5</p>

сокращения. Портфельный анализ и разработка портфельной стратегии. Матрицы продукт-рынок, БКГ				
Основные компоненты формального планирования (тактика, политика, процедуры). Система планов предприятия. Адаптивность стратегического плана. Бюджеты и этапы их составления Контроль и управление по целям. Этапы процесса управления по целям. Выработка целей, планирование действий, проверка и оценка, корректирующие меры. Методы распределения ресурсов для реализации стратегии	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-5
Отличительные характеристики интернационализации (неполнота информации, политические и экономические факторы, национальная культура). Цели интернационализации и их характеристика (рост масштабов фирмы, повышение прибыльности, сбалансированность стратегического набора фирмы)	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-5
Основные виды стратегических изменений (перестройка организации, радикальные преобразования, умеренные преобразования, обычные изменения). Области проведения стратегических изменений (изменение организационной структуры, изменений организационной культуры).	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3

<p>Характеристика современных условий бизнеса. Стратегическое планирование в контексте организационного развития. Тектоцентрическая парадигма стратегического планирования. Концепции стратегического выбора.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо</p>	<p>ПК-3, ПК-5</p>
<p>Организация, бизнес и бизнес-системы. Типология бизнес систем в современном мире. Стратегии развития в бизнес-системах. Бизнес идея. Стратегические позиции в бизнес пространстве. Целевые установки и стратегические альтернативы развития бизнеса.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо</p>	<p>ПК-5</p>
<p>Понятие планирования. Преимущества и недостатки планирования. Форма плана.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо</p>	<p>ПК-3, ПК -5</p>
<p>Основные принципы планирования. Методы планирования (балансовый, опытно-статистический, нормативный, экономико-математические). Показатели плана и их классификация. Система мер для обеспечения выполнения плана.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо</p>	<p>ПК-5</p>
<p>Сущность и структура плана маркетинга. Требования к плану</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний,</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного матери-</p>	<p>Схемы, рисунки, чертежи,</p>	<p>ПК-3, ПК -5</p>

маркетинга. Основные составные части плана маркетинга. Выбор типа стратегии маркетинга. Маркетинговые исследования. Мониторинг маркетинга. Планирование сбыта (продаж)	формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	ала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	
Производственная функция и ее виды. Планирование производства в различных отраслях. План товарной продукции и принципы его составления. Коэффициент использования мощностей. Определение точки безубыточности.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК -3
Экономический эффект от привлечения к продаже дополнительной партии товаров. Экономический эффект при мерах по ускорению оборачиваемости капитала. Экономический эффект от влияния роста интенсивных факторов на объем деятельности. Экономический эффект от рекламных мероприятий	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков, применение знаний, творческая деятельность, частично-поисковый	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия, устная речь, письмо	ПК-3, ПК-5

Методические указания по выполнению курсовой работы

Целью курсовой работы является:

- углубление, закрепление и конкретизация теоретических знаний по дисциплине «Стратегический менеджмент»;
- привитие навыков практического пользования исходными данными, литературными источниками, нормативными документами и другими информационными материалами для анализа и решения практических задач по управлению предприятием в конкретных условиях его функционирования;
- углубление знаний и привитие навыков по использованию конкретных подходов и методов при принятии управленческих решений;
- развитие навыков самостоятельного критического анализа, формулирования проблем, творческого осмысления и обобщения организационных и экономических решений;
- подготовка студентов к выполнению дипломных работ.

В результате написания курсовой работы студент должен:

Иметь: представление об стратегическом анализе, разработке стратегии организации; представление о взаимосвязи между функциональными стратегиями организации (ПК-3, ПК-5).

Знать: методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; принципы взаимосвязи функциональных стратегий компании (ПК-3).

Уметь: разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; анализировать содержание и особенности функциональных стратегий и готовить предложения по повышению эффективности их взаимосвязи (ПК-5).

Владеть: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес - единицы; технологией разработки функциональных стратегий (ПК-3, ПК-5).

В ходе выполнения курсовой работы руководитель консультирует студента и контролирует соблюдение им календарных сроков выполнения отдельных ее разделов.

Выполненная работа должна быть представлена на кафедру в установленный срок. Защита курсовой работы проводится при наличии допуска к защите (с соответствующей отметкой руководителя работы на титульном листе пояснительной записки) перед комиссией в составе 2-3 преподавателя кафедры менеджмента и региональной экономики.

1.1. Подготовка к выполнению курсовой работы

Подготовка курсовой работы осуществляется под руководством преподавателя – руководителя работы. Руководство начинается с согласования выбранной темы исследования и продолжается в форме консультаций. Выбор формы консультаций, определение сроков выполнения разделов курсовой работы производится в индивидуальном порядке с учётом пожеланий студента и подготовки её в установленные сроки. С этой целью устанавливается график выполнения разделов работы и способы взаимодействия (непосредственное, по телефону, письменное, E-mail и т.д.).

Тема курсовой работы выбирается из рекомендованного кафедрой менеджмента и региональной экономики списка или по инициативе студента. Выбор темы определяется:

- научными интересами студента;
- актуальностью проблем современного предприятия;
- желанием студента использовать результаты исследования в качестве основы для подготовки дипломной работы.

В любом случае необходимо рассматривать возможность дальнейшего изучения темы исследования и включение её отдельных положений в дипломную работу студента. Это связано с фундаментальностью и значимостью учебного курса «Стратегический менеджмент», его важнейших тем, концепций и методов для организации эффективного менеджмента предприятия. Поэтому, при выборе темы курсовой работы желательно определить примерный круг вопросов, которые будут рассмотрены в дипломной работе. Выбранная студентом тема согласовывается с научным руководителем.

1.2. Работа с литературными источниками

При подготовке курсовой работы необходимо ознакомиться со значительным объёмом литературных источников с целью поиска разнообразного материала.

С их помощью выясняются и уточняются теоретические аспекты темы исследования, точки зрения различных авторов монографий и научных статей в отечественных и зарубежных изданиях. При необходимости анализируются законодательные акты Российской Федерации и отраслевые нормативные документы, которые можно получить в различных справочно-правовых системах. При изучении опыта российских и зарубежных предприятий по внедрению разнообразных моделей, методов и приёмов менеджмента необходимо ознакомиться с опубликованными по исследуемой теме статьями в специализированных журналах за последние 4-5 лет. Наряду с литературой межотраслевого характера желательно подобрать и в дальнейшем

использовать отраслевые и фирменные положения, стандарты и методические рекомендации по интересующим вопросам стратегического менеджмента.

Кроме того, необходимо избирательно проанализировать Интернет ресурсы по интересующей теме, обращая особое внимание на источники информации.

Информационной основой подготовки курсовой работы являются:

- личные наблюдения студента во время прохождения учебной или производственной практики;
- статистический материал (сборники и справочники) по теме исследования;
- данные бухгалтерского и управленческого учёта, планирования и анализа производства, финансовой и другой отчётности и другие.

Подбирая для анализа литературные источники, целесообразно завести свой каталог в электронной форме или в виде набора карточек. Наличие такого каталога значительно облегчит и ускорит в дальнейшем составление библиографического списка.

1.3. Общие требования по оформлению курсовой работы

Оформление курсовой работы студентами осуществляется в соответствии с принятыми на факультете правилами. Их техническое оформление должно соответствовать требованиям, предъявляемым к работам, направляемым в печать.

Курсовая работа должна быть скреплена, первым листом работы является титульный лист (Приложение А). После титульного листа приводится оглавление работы с указанием наименования глав и параграфов, входящих в состав глав, а также номера страниц, с которых они начинаются.

Курсовая работа выполняется рукописным или машинописным способом на одной стороне стандартных листов белой бумаги формата А4 (210×297 мм). Размер полей вокруг текста составляет: левое – 30 мм, правое – 10 (15) мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Рекомендуется использовать шрифт Times New Roman. Цвет шрифта чёрный, а в рукописном исполнении допускается использование чёрного и синего цвета. Высота букв, цифр и других знаков должна быть не менее 1,8 мм (кегель не менее 12). Междустрочный интервал – полуторный.

Разрешается использовать с целью акцентирования внимания и структурирования текста работы шрифты разной гарнитуры и подчёркивание ключевых слов и предложений.

В курсовых работах, как правило, используется разнообразный и объёмный цифровой материал, который для удобства анализа и демонстрации итогов целесообразно группировать в виде таблиц.

В курсовых работах студенты широко используют различный иллюстративный материал: схемы, рисунки, графики и диаграммы. Иллюстрации, как правило, располагаются после текста, в котором они описываются впервые или на следующей странице.

Формулы, используемые в курсовой работе, как правило, должны располагаться в отдельной строке. Наиболее важные формулы, на которые есть ссылки в тексте, нумеруются в пределах всей работы или в пределах главы.

Ссылки на литературные источники и использование цитат различных авторов по разнообразным вопросам производственного менеджмента являются обязательным условием выполнения курсовой работы. Они необходимы для подтверждения излагаемых суждений, а также для критической оценки отдельных мнений и утверждений. Цитирование должно воспроизводить текст первоисточника.

Приложение оформляется в виде самостоятельного раздела и располагается в конце курсовой работы. Каждое приложение располагается на отдельной странице. В центре первой верхней строки располагается надпись «Приложение» с соответствующим обозначением.

2. Рекомендуемые темы курсовой работы

Требования настоящего раздела определяют содержание курсовой работы. В настоящем разделе приведены примерные (рекомендуемые) темы курсовой работы. По отдельным темам предусматривается альтернативный выбор направлений и содержания исследований с учетом имеющихся исходных данных для выполнения курсовой работы. Конкретное содержание выбранной темы работы и содержание пояснительной записки оформляются с учетом требований указанного выше стандарта по оформлению курсовых работ.

Перечень литературы включает основную и дополнительную литературу по дисциплине «Стратегический менеджмент», позволяющую раскрыть тематику курсовых работ, соответствующие направления исследований и анализа. В то же время предусматривается, что студент должен самостоятельно работать с периодическими изданиями и дополнительными источниками информации для обеспечения необходимыми данными индивидуального анализа конкретных предприятий в рамках раздела 2.

Темы теоретического раздела курсовой работы:

1. Инновационные стратегии компаний: тенденции и перспективы.
2. Создание и развитие стратегии.
3. Создание конкурентных преимуществ с помощью нововведений.
4. Методы удержания стратегического преимущества на рынке.
5. Влияние миссии и целей компании на выбор стратегии внедрения новой технологии.
6. Влияние государственной инвестиционной политики на стратегии фирм.
7. Стратегический менеджмент на международном рынке в условиях глобального кризиса.
8. Стратегический менеджмент в современных российских условиях.
9. Стратегическое управление: от старых форм к новым реалиям.
10. Практические аспекты стратегического управления через призму опыта крупнейших компаний.
11. Инвестиции как фактор эффективной реализации стратегии.
12. Глобализация и стратегический менеджмент.
13. Стратегический менеджмент в нелинейных условиях.
14. Инновации как путь к достижению стратегических преимуществ.
15. Динамическое моделирование стратегий развития компании.
16. Стратегическое управление на хаотических рынках.
17. Компьютерное моделирование в стратегическом менеджменте.
18. Причины и последствия неверных стратегий.
19. Инвестиции как составляющая стратегии предприятия.
20. Моделирование организационных стратегий.
21. Стратегический синергизм.
22. Кластеры и стратегические преимущества фирм.
23. Секреты стратегий глобальных компаний.
24. Роль инноваций в развитии стратегии предприятия.
25. Стратегии на локальных рынках.
26. Стратегии как источник возникновения новых видов бизнеса.
27. Влияние государственной инновационной политики на стратегии фирм.
28. Парадоксы формирования и реализации стратегий.
29. Современные тенденции развития стратегий.
30. Стратегии с коротким жизненным циклом.
31. Стратегии Internet- экономики.
32. Стратегии диверсифицированных компаний в российских условиях.
33. Инвестиционные стратегии российских и зарубежных компаний: сравнительный анализ.

34. Стратегическое управление человеческими ресурсами.

3. Выбор темы

Выбор темы курсовой работы производится студентом из рекомендуемого перечня, приведенного в разделе 2 настоящего указания, по согласованию с назначенным кафедрой научным руководителем.

4. Общие требования к пояснительной записке курсовой работы

Пояснительная записка курсовой работы должна содержать введение, два раздела, заключение, список использованной литературы и приложения (при необходимости), а также краткий реферат по работе (всё оформляется в электронном виде).

Во введении студент должен охарактеризовать актуальность темы, сформулировать цель (цели) и задачи исследования, перечислить основные вопросы, которые будут рассмотрены в работе, указать исходные материалы, на базе которых выполнялась курсовая работа.

Первый раздел (теоретический) должен содержать общую характеристику проблемы, рассматриваемой в рамках темы. Содержание раздела должно включать в себя изложение теоретических вопросов по теме работы, необходимых для реализации рассматриваемых функций и задач управления предприятием, и оценку возможных управленческих решений в рамках рассматриваемой управленческой деятельности.

Второй раздел (аналитический) предполагает составление SWOT – анализа на основе личных наблюдений и исследований студента во время прохождения учебной или производственной практик.

В заключении должны быть изложены итоги выполненной студентом работы, включая взгляды студента на теорию рассматриваемого вопроса, краткую и четкую формулировку результатов анализа и конкретных предложений по внедрению положительного опыта и совершенствованию конкретной управленческой деятельности на предприятии и/или в отечественной практике. Должна быть приведена также оценка эффекта (выгоды) от внедрения сформулированных предложений и рекомендаций в SWOT – анализе.

В список литературы должны быть включены конкретные источники, которыми студент реально пользовался при выполнении курсовой работы, в том числе изучал теорию по рассматриваемой теме, знакомился с состоянием дел в исследуемой области, использовал методы и конкретные исходные данные при выполнении анализа и при оценке ожидаемых выгод при внедрении сформулированных предложений.

В приложения включаются материалы, используемые в работе или поясняющие отдельные положения работы.

Объем пояснительной записки курсовой работы должен содержать 25-30 страниц машинописного текста формата А4. При определении объема пояснительной записки приложения не учитываются. Материал пояснительной записки оформляется как в рукописном (расчетная часть), так и в компьютерном виде.

5. Рекомендации к аналитической части курсовой работы

SWOT-анализ — это промежуточное звено между формулированием миссии вашего предприятия и определением его целей и задач. Все происходит в такой последовательности:

- определили основное направление развитие предприятия (его миссию)
- взвесить силы и оценить рыночную ситуацию, чтобы понять, возможно ли двигаться в указанном направлении и каким образом это лучше сделать (SWOT-анализ
- поставить перед предприятием цели, учитывая его реальные возможности (определение стратегических целей предприятия, которому будет посвящена одна из следующих статей).

Итак, после проведения SWOT-анализа можно более четко представлять себе преимущества и недостатки предприятия, а также ситуацию на рынке. Это позволит выбрать оптимальный путь развития, избежать опасностей и максимально эффективно

использовать имеющиеся в распоряжении ресурсы, попутно пользуясь предоставленными рынком возможностями.

Проведение SWOT-анализа сводится к заполнению матрицы, «матрицы SWOT-анализа». В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы.

Сильные стороны предприятия — то, в чем оно преуспело или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности. Сила может заключаться в имеющемся опыте, доступе к уникальным ресурсам, наличии передовой технологии и современного оборудования, высокой квалификации персонала, высоком качестве выпускаемой продукции, известности вашей торговой марки и т.п.

Слабые стороны предприятия — это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или то, что пока не удастся по сравнению с другими компаниями и ставит в неблагоприятное положение. В качестве примера слабых сторон можно привести слишком узкий ассортимент выпускаемых товаров, плохую репутацию компании на рынке, недостаток финансирования, низкий уровень сервиса и т.п.

Рыночные возможности — это благоприятные обстоятельства, которые предприятие может использовать для получения преимущества. В качестве примера рыночных возможностей можно привести ухудшение позиций ваших конкурентов, резкий рост спроса, появление новых технологий производства продукции, рост уровня доходов населения и т.п. Следует отметить, что возможностями с точки зрения SWOT-анализа являются не все возможности, которые существуют на рынке, а только те, которые может использовать предприятие.

Рыночные угрозы — события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на предприятие. Примеры рыночных угроз: выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и т.п.

Один и тот же фактор для разных предприятий может быть как угрозой, так и возможностью

Шаг 1. Определение сильных и слабых сторон предприятия

Первый шаг SWOT-анализа — оценка собственных сил. Первый этап позволит определить, каковы сильные стороны и недостатки предприятия.

Для того чтобы определить сильные и слабые стороны предприятия, необходимо:

4. Составить перечень параметров, по которому будет оцениваться свое предприятие;
5. По каждому параметру определить, что является сильной стороной предприятия, а что — слабой;
6. Из всего перечня выбрать наиболее важные сильные и слабые стороны предприятия и занести их в матрицу SWOT-анализа.

Например:

Для оценки предприятия можем воспользоваться следующим списком параметров:

1. Организация (здесь может оцениваться уровень квалификации сотрудников, их заинтересованность в развитии предприятия, наличие взаимодействия между отделами предприятия и т.п.)
2. Производство (могут оцениваться производственные мощности, качество и степень износа оборудования, качество выпускаемого товара, наличие патентов и лицензий (если они необходимы), себестоимость продукции, надежность каналов поставки сырья и материалов и т.п.)
3. Финансы (могут оцениваться издержки производства, доступность капитала, скорость оборота капитала, финансовая устойчивость предприятия, прибыльность вашего бизнеса и т.п.)

4. Инновации (здесь может оцениваться частота внедрения новых продуктов и услуг на предприятии, степень их новизны (незначительные либо кардинальные изменения), сроки окупаемости средств, вложенных в разработку новинок и т.п.)

5. Маркетинг (здесь можно оценивать качество товаров/услуг (как это качество оценивают потребители), известность марки, полноту ассортимента, уровень цен, эффективность рекламы, репутацию предприятия, эффективность применяемой модели сбыта, ассортимент предлагаемых дополнительных услуг, квалификацию обслуживающего персонала).

Далее следует заполнить таблицу 1. Делается это следующим образом: в первый столбец записываем параметр оценки, а во второй и третий — те сильные и слабые стороны предприятия, которые существуют в этой области. В таблице 1 несколько примеров сильных и слабых сторон по параметрам «Организация» и «Производство».

Таблица 1. Определение сильных и слабых сторон предприятия

Параметры оценки	Сильные стороны	Слабые стороны
1. Организация	Высокий уровень квалификации руководящих сотрудников предприятия	Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия
2. Производство	- Высокое качество выпускаемых товаров - Проверенный и надежный поставщик комплектующих	- Высокая степень износа оборудования - до 80% по отдельным группам - Себестоимость продукции на 10% выше, чем у основных конкурентов
3. и т.д.		

После этого из всего списка сильных и слабых сторон предприятия необходимо выбрать наиболее важные (самые сильные и самые слабые стороны) и записать их в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа. Оптимально, если возможно ограничиться 5-10 сильными и таким же количеством слабых сторон, чтобы не испытывать трудностей при дальнейшем анализе.

Шаг 2. Определение рыночных возможностей и угроз

Второй шаг SWOT-анализа — это своеобразная «разведка местности» — оценка рынка. Этот этап позволит оценить ситуацию вне предприятия и понять, какие есть возможности, а также каких угроз следует опасаться (и, соответственно, заранее к ним подготовиться).

Методика определения рыночных возможностей и угроз практически идентична методике определения сильных и слабых сторон предприятия:

4. Составим перечень параметров, по которому будет оцениваться рыночная ситуация;

5. По каждому параметру определим, что является возможностью, а что — угрозой для предприятия;

6. Из всего перечня выберем наиболее важные возможности и угрозы и занесем их в матрицу SWOT-анализа.

Например:

За основу при оценке рыночных возможностей и угроз можно взять следующий список параметров:

1. Факторы спроса (здесь целесообразно принять во внимание емкость рынка, темпы его роста либо сокращения, структуру спроса на продукцию предприятия и т.п.)

2. Факторы конкуренции (следует учитывать количество ваших основных конкурентов, наличие на рынке товаров-заменителей, высоту барьеров входа на рынок и выхода с него, распределение рыночных долей между основными участниками рынка и т.п.)

3. Факторы сбыта (необходимо уделить внимание количеству посредников, наличию сетей распределения, условиям поставок материалов и комплектующих и т.п.)

4. Экономические факторы (учитывается курс рубля (доллара, евро), уровень инфляции, изменение уровня доходов населения, налоговая политика государства и т.п.)

5. Политические и правовые факторы (оценивается уровень политической стабильности в стране, уровень правовой грамотности населения, уровень законопослушности, уровень коррумпированности власти и т.п.)

6. Научно-технические факторы (обычно принимается во внимание уровень развития науки, степень внедрения инноваций (новых товаров, технологий) в промышленное производство, уровень государственной поддержки развития науки и т.п.)

7. Социально-демографические факторы (следует учесть численность и половозрастную структуру населения региона, в котором работает ваше предприятие, уровень рождаемости и смертности, уровень занятости населения и т.п.)

8. Социально-культурные факторы (обычно учитываются традиции и система ценностей общества, существующая культура потребления товаров и услуг, имеющиеся стереотипы поведения людей и т.п.)

9. Природные и экологические факторы (принимается в расчет климатическая зона, в которой работает предприятие, состояние окружающей среды, отношение общественности к защите окружающей среды и т.п.)

10. И, наконец, международные факторы (среди них учитывается уровень стабильности в мире, наличие локальных конфликтов и т.п.)

Заполняем таблицу 2: в первый столбец записываем параметр оценки, а во второй и третий — существующие возможности и угрозы, связанные с этим параметром. Примеры в таблице 2 помогут разобраться с составлением списка возможностей и угроз предприятия.

Таблица 2. Определение рыночных возможностей и угроз

Параметры оценки	Возможности	Угрозы
1. Конкуренция	Повысились барьеры входа на рынок: с этого года необходимо получать лицензию на занятие данным видом деятельности	В этом году ожидается выход на рынок крупной иностранной компании-конкурента
2. Сбыт	На рынке появилась новая розничная сеть, которая в данный момент выбирает поставщиков	С этого года наш крупнейший оптовый покупатель определяет поставщиков по результатам тендера
3. и т.д. ...		

После заполнения таблицы 2, как и в первом случае, необходимо выбрать из всего списка возможностей и угроз наиболее важные. Для этого каждую возможность (или угрозу) нужно оценить по двум параметрам, задав себе два вопроса: «Насколько высока вероятность того, что это случится?» и «Насколько это может повлиять на мое предприятие?». Выберите те события, которые произойдут с большой долей вероятности и окажут заметное влияние на ваш бизнес. Эти 5-10 возможностей и примерно столько же угроз занесите в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа.

Итак, матрица SWOT-анализа заполнена, где представлен полный перечень основных сильных и слабых сторон предприятия, а также открывающиеся перед бизнесом перспективы и грозящие ему опасности.

Шаг 3. Сопоставление сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами рынка

Сопоставление сильных и слабых сторон с рыночными возможностями и угрозами позволит ответить на следующие вопросы, касающиеся дальнейшего развития бизнеса:

5. Как я могу воспользоваться открывающимися возможностями, используя сильные стороны предприятия?

6. Какие слабые стороны предприятия могут мне в этом помешать?

7. За счет каких сильных сторон можно нейтрализовать существующие угрозы?

8. Каких угроз, усугубленных слабыми сторонами предприятия, мне нужно больше всего опасаться?

Для сопоставления возможностей предприятия условиям рынка применяется немного видоизмененная матрица SWOT-анализа (таблица 3).

Таблица 3. Матрица SWOT-анализа

	ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
	1. Появление новой розничной сети 2. и т.д.	1. Появление крупного конкурента 2. и т.д.
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ 1. Высокое качество продукции 2. 3. и т.д.	1. Как воспользоваться возможностями? Попытаться войти в число поставщиков новой сети, сделав акцент на качестве нашей продукции	2. За счет чего можно снизить угрозы? Удержать наших покупателей от перехода к конкуренту, проинформировав их о высоком качестве нашей продукции
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ 1. Высокая себестоимость продукции 2. 3. и т.д.	3. Что может помешать воспользоваться возможностями? Новая сеть может отказаться от закупок нашей продукции, так как наши оптовые цены выше, чем у конкурентов	4. Самые большие опасности для фирмы? Появившийся конкурент может предложить рынку продукцию, аналогичную нашей, по более низким ценам

Заполнив эту матрицу обнаружили, что:

- определили основные направления развития предприятия (ячейка 1, показывающая, как можно воспользоваться открывающимися возможностями);
- сформулировали основные проблемы предприятия, подлежащие скорейшему решению для успешного развития бизнеса (остальные ячейки таблицы 3).

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)


Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

1. Microsoft Office 2010 номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO (14.0.6024.1000) 02260-018-0000106-48095
2. Kaspersky Anti-virus 6/0 № лицензии 26FE-000451-5729CF81 Сроклицензии 07.02.2020
3. Adobe Reader 9 Бесплатно, 01.02.2019
4. ОСWindows7 Профессиональная, MicrosoftCorp. № 00371-838-5849405-85257, 23.01.2012, бессрочный
5. Open Office 4.1.5, Apache 01.02.2019, лицензия LGPL.

6. 7-zip.org GNU LGPL

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
 /САМУСОВА Е.Е./

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем и профессиональных баз данных:

Электронно-библиотечные системы

1. Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . – URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный.

Электронные библиотеки

3. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

4. eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

5. CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: <https://cyberleninka.ru//> - Режим доступа: для зарегистрир. Пользователей. – Текст: электронный.

Ресурсы Интернет открытого доступа (Open Access)

6. Министерство экономического развития Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течении суток. – URL: <http://economy.gov.ru/mines/main>. - Текст: электронный.

7. Министерство экономического развития и торговли Республики Адыгея // Республика Адыгея : официальный сайт исполнительных органов государственной власти. – Майкоп. – Обновляется ежедневно. – URL: <http://www.adygheya.ru/ministers/departments/ministerstvo-ekonomicheskogo-razvitiya-i-torgovli/>. - Текст: электронный.

8. ЭСМ. Экономика Социология Менеджмент : федеральный образовательный портал. – Москва. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный. Корпоративный менеджмент : [сайт]. – Москва, 1998. - . – URL: <https://www.cfin.ru/> (Дата обращения) – Текст электронный.

Зарубежные ресурсы

9. DOAJ (Directory of Open Access Journals) : каталог журналов открытого доступа : [сайт] / Лундский университет (Швеция). – Лунд, 2003. - . – URL: <https://www.doaj.org/>. - Текст: электронный.

10. RePEc (Research Papers in Economics) : сайт. – URL: <http://repec.org/#uses>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

СОГЛАСОВАНО
С БИБЛИОТЕКОЙ МГТУ
 /САМУСОВА Е.Е./

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.</p> <p>Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.</p> <p>Компьютерный класс: № ауд. 5-23, адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <p>1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»;</p> <p>2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;</p> <p>3. Офисный пакет «WPSoffice»;</p> <p>4. Программа для работы с архивами «7zip»;</p> <p>5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader»;</p>

**Дополнения и изменения в рабочей программе
за 20 /20 учебный год**

В рабочую программу Стратегический менеджмент
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) 38.03.02 Менеджмент
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

(наименование кафедры)

« » _____ 20 г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись)

Л.И. Задорожная
(Ф.И.О.)