

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:  
ФИО: Ващенко Андрей Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 31.05.2024 11:41:55  
Уникальный программный ключ:  
51187754f94e37d00c9236cc9eaf21a22f0a3b731acd32879ec947ce3c66589d

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Волгоградский институт бизнеса»

Утверждаю  
Проректор по учебной работе  
и управлению качеством  
Л.В. Шамрай-Курбатова  
«27» мая 2024 г.

## Рабочая программа учебной дисциплины

### Стратегический менеджмент

(Наименование дисциплины)

**38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом»**

(Направление подготовки / Профиль)

### Бакалавр

(Квалификация)

Кафедра разработчик

Экономики и управления

Год набора

2024

Вид учебной деятельности	Трудоемкость (объем) дисциплины					
	Очная форма	Очно-заочная форма		Заочная форма		
		д	в	св/ву	з	сз
Зачетные единицы	6	6	6	6		6
Общее количество часов	216	216	216	216		216
Аудиторные часы контактной работы обучающегося с преподавателями:	64	32	32	20		10
– Лекционные (Л)	32	16	16	12		6
– Практические (ПЗ)						
– Лабораторные (ЛЗ)						
– Семинарские (СЗ)	32	16	16	8		4
Самостоятельная работа обучающихся (СРО)	44	94	130	187		197
К (Р-Г) Р (П) (+;-)	+	+	+	+		+
Тестирование (+;-)						
ДКР (+;-)						
Зачет (+;-)						
Зачет с оценкой (+;- (Кол-во часов))						
Экзамен (+;- (Кол-во часов))	+ (108)	+ (90)	+(54)	+ (9)		+(9)

Волгоград 2024

## Содержание

Раздел 1. Организационно-методический раздел.....	3
Раздел 2. Тематический план.....	3
Раздел 3. Содержание факультативной дисциплины .....	5
Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся.....	10
Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся .....	13
Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения факультативной дисциплины.....	23
Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии .....	25
Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению факультативной дисциплины.....	28

## Раздел 1. Организационно-методический раздел

### 1.1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Стратегический менеджмент» входит в «Обязательную» часть дисциплин подготовки обучающихся по направлению подготовки «38.03.02 Менеджмент», направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом».

Целью дисциплины является формирование компетенций (в соответствии с ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы (ОПОП ВО)):

**ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;**

**Дескрипторы общепрофессиональных компетенций:**

**ОПК-4.2** Способен управлять предприятием с учетом факторов риска и разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организации

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы индикаторы компетенций:

Обобщенная трудовая функция/ трудовая функция	Код и наименование дескриптора компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенций (из ПС)
<p><b>ПС 08.008 «Специалист по финансовому консультированию»</b>  <b>А. Консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг</b>  <b>А/01.6</b> Мониторинг конъюнктуры рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты, товарно-сырьевых рынков  <b>А/02.6</b> Подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов  <b>А/03.6</b> Консультирование клиента по оформлению сделок с поставщиком финансовой услуги (кроме операционной деятельности)  <b>Трудовые функции ПС 40.049 «Специалист по логистике на</b></p>	<p><b>ОПК-4.2</b>  Способен управлять предприятием с учетом факторов риска и разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организации</p>	<p><i>Знание:</i>  <b>ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте</b>  ИД-3 ОПК-4.2 Принципы прогнозирования и планирования в логистике В/02.6  ИД-4 ОПК-4.2 Порядок разработки бизнес-планов В/01.6  <i>Умения:</i>  <b>ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте</b>  ИД-6 ОПК-4.2 Оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информации В/02.6  <i>Навыки и (или)опыт деятельности:</i>  <b>ПС 08.008 Специалист по финансовому консультированию</b>  ИД-8 ОПК-4.2 Анализ состояния и прогнозирования изменений инвестиционного и информационного рынков А/01.6  <b>ПС 40.049 Специалист по логистике на транспорте</b>  ИД-9 ОПК-4.2 Получение и анализ информации о планируемых мероприятиях по приемке и отправке грузов, их периодичности, количественных характеристиках В/01.6  ИД-11 ОПК-4.2 Организация планирования услуг, этапов, сроков доставки В/01.6</p>

<p><b>транспорте»</b>  <b>В/01.6</b> Организация логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок  <b>В/02.6</b> Организация работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг  <b>В/03.6</b> Организация процесса улучшения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок</p>		
--	--	--

**1.2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО направления подготовки «38.03.02 Менеджмент», направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом»**

№	Предшествующие дисциплины (дисциплины, изучаемые параллельно)	Последующие дисциплины
1	2	3
1.	Финансы	Финансовый менеджмент в организации малого и среднего бизнеса
2.	Управление человеческими ресурсами	Риск-менеджмент
3.	Управление качеством	Инвестиционный анализ
4.		Инновационный менеджмент
5.		Организация предпринимательской деятельности

*Последовательность формирования компетенций в указанных дисциплинах может быть изменена в зависимости от формы и срока обучения, а также преподавания с использованием дистанционных технологий обучения.*

**1.3. Нормативная документация**

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «**38.03.02 Менеджмент**»;
- Учебного плана направления подготовки «**38.03.02 Менеджмент**» направленность (профиль) «Управление малым и средним бизнесом» 2024 года набора;
- Образца рабочей программы учебной дисциплины (приказ № 113-О от 01.09.2021 г.).

## Раздел 2. Тематический план

### Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Становление стратегического менеджмента	8	2	2	4	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
2	Стратегическое управление	12	4	4	4	ИД-8 ОПК-4.2
3	Школы стратегического менеджмента	12	4	4	4	ИД-4 ОПК-4.2
4	Виды стратегий	12	4	4	4	ИД-3 ОПК-4.2
5	Стратегический маркетинг	12	4	4	4	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
6	Ситуационный анализ	12	4	4	4	ИД-11 ОПК-4.2
7	Анализ конкурентных преимуществ	13	4	4	5	ИД-6 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	9	2	2	5	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации	9	2	2	5	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	9	2	2	5	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
<b>Вид промежуточной аттестации (Экзамен)</b>		<b>108</b>				
<b>Итого</b>		<b>216</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>44</b>	

### Очно-заочная форма обучения (полный срок)

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Становление стратегического менеджмента	12		2	10	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
2	Стратегическое управление	14	2	2	10	ИД-8 ОПК-4.2
3	Школы стратегического менеджмента	10			10	ИД-4 ОПК-4.2
4	Виды стратегий	12	2		10	ИД-3 ОПК-4.2
5	Стратегический маркетинг	14	2	2	10	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
6	Ситуационный анализ	14	2	2	10	ИД-11 ОПК-4.2
7	Анализ конкурентных преимуществ	14	2	2	10	ИД-6 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	14	2	2	10	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации	14	2	2	10	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2

10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	8	2	2	4	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
<b>Вид промежуточной аттестации (Экзамен)</b>		<b>90</b>				
<b>Итого</b>		<b>216</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>94</b>	

**Очно-заочная форма обучения (ускоренный срок, полное ускоренное обучение)**

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				СРО	Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия		СРО		
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
1	Становление стратегического менеджмента	15		2	13	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2	
2	Стратегическое управление	17	2	2	13	ИД-8 ОПК-4.2	
3	Школы стратегического менеджмента	13			13	ИД-4 ОПК-4.2	
4	Виды стратегий	15	2		13	ИД-3 ОПК-4.2	
5	Стратегический маркетинг	17	2	2	13	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2	
6	Ситуационный анализ	17	2	2	13	ИД-11 ОПК-4.2	
7	Анализ конкурентных преимуществ	17	2	2	13	ИД-6 ОПК-4.2 ИД-9 ОПК-4.2	
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	17	2	2	13	ИД-8 ОПК-4.2	
9	Стратегический потенциал организации	17	2	2	13	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2	
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	17	2	2	13	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2	
<b>Вид промежуточной аттестации (Экзамен)</b>		<b>54</b>					
<b>Итого</b>		<b>216</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>130</b>		

**Заочная форма обучения (полный срок)**

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				СРО	Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия		СРО		
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>		
1	Становление стратегического менеджмента	22	2		20	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2	
2	Стратегическое управление	24	2	2	20	ИД-8 ОПК-4.2	
3	Школы стратегического менеджмента	20			20	ИД-4 ОПК-4.2	
4	Виды стратегий	24	2	2	20	ИД-3 ОПК-4.2	
5	Стратегический маркетинг	22	2		20	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2	
6	Ситуационный анализ	22	2		20	ИД-11 ОПК-4.2	

7	Анализ конкурентных преимуществ	24	2	2	20	ИД-6 ОПК-4.2 ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	22		2	20	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации	20			20	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	7			7	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
<b>Вид промежуточной аттестации (Экзамен)</b>		<b>9</b>				
<b>Итого</b>		<b>216</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>187</b>	

**Заочная форма обучения (ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)**

№	Тема дисциплины	Трудоемкость				Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Все го	Аудиторные занятия		СРО	
			Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	
1	Становление стратегического менеджмента	22			22	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
2	Стратегическое управление	24	2		22	ИД-8 ОПК-4.2
3	Школы стратегического менеджмента	20			20	ИД-4 ОПК-4.2
4	Виды стратегий	24		2	22	ИД-3 ОПК-4.2
5	Стратегический маркетинг	22	2		20	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
6	Ситуационный анализ	22	2		20	ИД-11 ОПК-4.2
7	Анализ конкурентных преимуществ	24			24	ИД-6 ОПК-4.2 ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	22		2	20	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации	20			20	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	7			7	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
<b>Вид промежуточной аттестации (Экзамен)</b>		<b>9</b>				
<b>Итого</b>		<b>216</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>197</b>	

## **Раздел 3. Содержание дисциплины**

### **3.1. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Становление стратегического менеджмента**

Роль и предпосылки становления стратегического менеджмента. Сущность стратегического менеджмента. Основные понятия стратегического менеджмента: стратегия, тактика, миссия, потенциал организации и др. Пять «П» стратегии.

#### **Тема 2. Стратегическое управление**

Эволюция в теории и практике управления. Стратегический аспект в управлении организацией. Сравнение стратегического и оперативного управления. Пять задач стратегического управления. Три группы этапов процесса стратегического управления: стратегического анализа, стратегического выбора, реализации стратегического выбора. Понятие миссии. Важность миссии. Компоненты миссии. Формирование стратегических целей. Долгосрочные и краткосрочные цели. Роль стратегических целей. Критерии в постановке целей.

#### **Тема 3. Школы стратегического менеджмента**

Школа дизайна, школа планирования, школа позиционирования, школа предпринимательства, когнитивная школа, школа обучения, школа власти, школа организационной культуры, школа внешней среды, школа конфигурации.

#### **Тема 4. Виды стратегий**

Классификация стратегий. Пирамида разработки стратегии. Выстраивание стратегической пирамиды. Корпоративная, деловая, функциональная и операционная стратегия. Эталонные (базовые) стратегии. Стратегии интегрированного роста. Стратегии концентрированного роста. Стратегии диверсификации. Стратегии сокращения. Типовые стратегии М. Портера: лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование.

#### **Тема 5. Стратегический маркетинг**

Роль и место маркетинга в стратегическом менеджменте. Стратегический маркетинг: концепция и функции. Стратегии маркетинга, связанные с сегментацией рынка, разработкой товара, ценообразованием, товародвижением, стимулированием сбыта, удержанием конкурентных преимуществ.

#### **Тема 6. Ситуационный анализ**

Понятие внешней среды. Ближняя и дальняя внешняя среда. Анализ факторов внешней среды. PEST-анализ. Ситуационный анализ. SWOT-анализ. Анализ неопределенности внешней среды. Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней: основные экономические показатели отрасли. Модель пяти конкурентных сил М.Портера. Концепция движущих сил отрасли. Карта стратегических групп. Определение стратегии конкурентов. Анализ затрат конкурентов. Ключевые факторы успеха (КФУ) в конкурентной борьбе. Типы ключевых факторов успеха. Привлекательность отрасли.

#### **Тема 7. Анализ конкурентных преимуществ**

Достижение конкурентоспособности – стратегическая цель фирмы. Анализ факторов эффективности нововведений. Анализ факторов конкурентного преимущества по М.Портеру. Детерминанты конкурентного преимущества страны («ромб» или «бриллиант» основных свойств страны). Анализ конкурентоспособности фирмы по Ж.-Ж. Ламбену. Методы анализа конкурентных преимуществ GAP, LOTS, PIMS, McKensey. Анализ конкурентоспособности по системе 111-555.

#### **Тема 8. Стратегия внешнеэкономической деятельности**

Направления международного стратегического развития. Основные цели



внешнеэкономической деятельности и способы их достижения. Характеристика стратегий внешнеэкономической деятельности фирмы.

### **Тема 9. Стратегический потенциал организации**

Компоненты внутреннего анализа ресурсов организации. Стратегическая значимость ключевых элементов организации. Оценка наличия внутренних ресурсов. Матрица BCG «Бостон Консалтинг групп».

Создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию. Создание соответствия между стратегией и культурой. Установка системы ценностей и этических норм. Осуществление стратегического лидерства.

### **Тема 10. Реализация стратегии и контроль за ее исполнением**

Принципы рациональной организации стратегии. Руководство процессом выполнения стратегии. Создание поддерживающих стратегию политики и процедур. Кадровый вопрос реализации стратегии. Трудности в осуществлении стратегического плана. Их основные причины. Сопrotивление изменениям. Оценка результатов реализации стратегии. Концепция сбалансированной системы показателей (Balanced Scorecard) как инструмент измерения эффективности стратегии

## **3.2. Содержание практического блока дисциплины**

### **Очная форма обучения (полный срок)**

<b>№</b>	<b>Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
СЗ 1	Становление стратегического менеджмента
СЗ 2-3	Стратегическое управление
СЗ 4-5	Школы стратегического менеджмента
СЗ 6-7	Виды стратегий
СЗ 8-9	Стратегический маркетинг
СЗ 10-11	Ситуационный анализ
СЗ 12-13	Анализ конкурентных преимуществ
СЗ 14	Стратегии внешнеэкономической деятельности
СЗ 15	Стратегический потенциал организации
СЗ 16	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением

### **Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)**

<b>№</b>	<b>Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
СЗ 1	Становление стратегического менеджмента
СЗ 2	Стратегическое управление
СЗ 2	Стратегический маркетинг
СЗ 4	Ситуационный анализ
СЗ 5	Анализ конкурентных преимуществ
СЗ 6	Стратегии внешнеэкономической деятельности
СЗ 7	Стратегический потенциал организации
СЗ 8	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением

### **Заочная форма обучения (полный срок)**

№	Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия
1	2
СЗ 1	Стратегическое управление
СЗ 2	Виды стратегий
СЗ 3	Анализ конкурентных преимуществ
СЗ 4	Стратегии внешнеэкономической деятельности

Заочная форма обучения (ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

№	Тема практического (семинарского, лабораторного) занятия
1	2
СЗ 1	Стратегическое управление
СЗ 2	Виды стратегий

### 3.3. Образовательные технологии

Очная форма обучения (полный срок)

№	Тема занятия	Вид учебног о заняти я	Форма / Методы интерактивног о обучения	% учебног о времен и
1	2	3	4	5
1	Становление стратегического менеджмента	Л	Лекция-ситуация	100
2	Стратегическое управление	СЗ	Кейс-метод	100
3	Школы стратегического менеджмента	Л	Лекция-ситуация	100
4	Виды стратегий	СЗ	Кейс-метод	100
5	Стратегический маркетинг	СЗ	Дискуссия	100
6	Ситуационный анализ	СЗ	Деловая игра	100
7	Анализ конкурентных преимуществ	СЗ	Дискуссия	100
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	Л	Лекция-ситуация	100
9	Стратегический потенциал организации	Л	Лекция-ситуация	100
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	СЗ	Дискуссия	100
<b>Итого %</b>				<b>31,25%</b>

Заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

№	Тема занятия	Вид учебног о заняти я	Форма / Методы интерактивног о обучения	% учебног о времен и
1	2	3	4	5
1	Стратегическое управление	СЗ	Кейс-метод	100
2	Виды стратегий	СЗ	Кейс-метод	100
3	Анализ конкурентных преимуществ	СЗ	Дискуссия	100
<b>Итого %</b>				<b>30%</b>

Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)

<b>№</b>	<b>Тема занятия</b>	<b>Вид учебног о заняти я</b>	<b>Форма / Методы интерактивног о обучения</b>	<b>% учебно го времен и</b>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Стратегический маркетинг	Л	Лекция- ситуация	100
2	Ситуационный анализ	СЗ	Кейс-метод	100
3	Анализ конкурентных преимуществ	СЗ	Дискуссия	100
<b>Итого %</b>				<b>50%</b>

## Раздел 4. Организация самостоятельной работы обучающихся

### 4.1. Организация самостоятельной работы обучающихся

№	Тема дисциплины	№ вопросов	№ рекомендуемой литературы
1	2	3	4
1	Становление стратегического менеджмента	1, 2	1,2,3
2	Стратегическое управление	3,4,	1,2,3
3	Школы стратегического менеджмента	5	1,2,3
4	Виды стратегий	6,	1,2,3
5	Стратегический маркетинг	7	1,2,3
6	Ситуационный анализ	8,9	1,2,3
7	Анализ конкурентных преимуществ	10, 11, 12	1,2,3
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	13	1,2,3
9	Стратегический потенциал организации	14	1,2,3
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	15	1,2,3

#### Перечень вопросов, выносимых на самостоятельную работу обучающихся

1. Чем обусловлен переход к стратегическому управлению во второй половине XX столетия?
2. На основе сравнения оперативного и стратегического управления определите сущность стратегического управления.
3. По каким направлениям устанавливаются ключевые цели организации? Приведите примеры ключевых целей.
4. Какова роль целеполагания в стратегическом менеджменте?
5. Назовите основные положения школ стратегического менеджмента, выстроив их в хронологической последовательности.
6. В чем суть пирамиды разработки стратегии.
7. Каковы роль и место маркетинга в стратегическом менеджменте?
8. В чем смысл модели пяти конкурентных сил М.Портера?
9. Какие параметры важны для анализа конкурентоспособности фирмы по Ж.-Ж. Ламбену?
10. Назовите основные направления международного стратегического развития.
11. Проблемы создания соответствия между стратегией и культурой.
12. Сформулируйте основную концепцию корпоративной миссии.
13. Перечислите основные правила формулирования миссии.
14. Какие задачи решает процесс выполнения стратегии?
15. Какие методы используются для оценки стратегии?

#### 4.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся обеспечивается следующими учебно-методическими материалами:

1. Указаниями в рабочей программе по дисциплине (п.4.1.)
2. Лекционные материалы в составе УМК по дисциплине
3. Заданиями и методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы обучающихся в составе УМК по дисциплине.
4. Глоссарием по дисциплине в составе УМК по дисциплине.

## Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств по дисциплине представляет собой совокупность контролируемых материалов предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов общей профессиональной образовательной программы. ФОС по дисциплине используется при проведении оперативного контроля и промежуточной аттестации обучающихся. Требования к структуре и содержанию ФОС дисциплины регламентируются Положением о фонде оценочных материалов по программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры.

### 5.1. Паспорт фонда оценочных средств

#### Очная форма обучения (полный срок)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Становление стратегического менеджмента	ЛС	УО	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
2	Стратегическое управление	УО	КМ	ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
3	Школы стратегического менеджмента	ЛС	УО	ПРВ	ИД-4 ОПК-4.2
4	Виды стратегий	УО	КМ	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2
5	Стратегический маркетинг	УО	Д	ПРВ	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
6	Ситуационный анализ	УО	ДИ	ПРВ	ИД-11 ОПК-4.2
7	Анализ конкурентных преимуществ	УО	Д	ПРВ	ИД-6 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	ЛС	УО	ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации	ЛС	УО	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	УО	Д	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2

#### Заочная форма обучения (полный срок)

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Становление стратегического менеджмента	ЛС		ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
2	Стратегическое управление	УО	КМ	ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
3	Школы стратегического менеджмента			ПРВ	ИД-4 ОПК-4.2
4	Виды стратегий	УО	КМ	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2

5	Стратегический маркетинг	УО		ПРВ	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
6	Ситуационный анализ	УО		ПРВ	ИД-11 ОПК-4.2
7	Анализ конкурентных преимуществ	УО	Д	ПРВ	ИД-6 ОПК-4.2 ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности		УО	ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации			ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением			ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2

**Заочная форма обучения (ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)**

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Становление стратегического менеджмента			ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
2	Стратегическое управление	УО		ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
3	Школы стратегического менеджмента			ПРВ	ИД-4 ОПК-4.2
4	Виды стратегий		КМ	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2
5	Стратегический маркетинг	УО		ПРВ	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
6	Ситуационный анализ	УО		ПРВ	ИД-11 ОПК-4.2
7	Анализ конкурентных преимуществ			ПРВ	ИД-6 ОПК-4.2 ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности		УО	ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации			ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением			ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2

**Очно-заочная форма обучения (полный срок, ускоренное обучение, полное ускоренное обучение)**

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства			Код индикатора и дескриптора достижения компетенций
		Л	ПЗ (ЛЗ, СЗ)	СРО	
1	2	3	4	5	6
1	Становление стратегического менеджмента		УО	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
2	Стратегическое управление	УО	КМ	ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
3	Школы стратегического менеджмента			ПРВ	ИД-4 ОПК-4.2
4	Виды стратегий	УО	КМ	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2
5	Стратегический маркетинг	УО	Д	ПРВ	ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2
6	Ситуационный анализ	УО	ДИ	ПРВ	ИД-11 ОПК-4.2

7	Анализ конкурентных преимуществ	УО	Д	ПРВ	ИД-6 ОПК-4.2 ИД-9 ОПК-4.2
8	Стратегии внешнеэкономической деятельности	ЛС	УО	ПРВ	ИД-8 ОПК-4.2
9	Стратегический потенциал организации	ЛС	УО	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2
10	Реализация стратегии и контроль за ее выполнением	УО	Д	ПРВ	ИД-3 ОПК-4.2, ИД-9 ОПК-4.2, ИД-11 ОПК-4.2

**Условные обозначения оценочных средств (Столбцы 3, 4, 5):**

**УО** – Устный (фронтальный, индивидуальный, комбинированный) опрос

**КМ** – Кейс-метод

**ДИ** – Деловая игра

**Д** – Дискуссия, полемика, диспут, дебаты

**ЛС** – Лекция-ситуация

**ПРВ** – Проверка рефератов, отчетов, рецензий, аннотаций, конспектов, графического материала, эссе, переводов, решений заданий, выполненных заданий в электронном виде и т.д.

**5.2. Оценочные средства текущего контроля  
Перечень практических (семинарских) заданий**

**Тема № 2: «Стратегическое управление»**

1. К видам управления относят:

- а) оперативное;
- б) долгосрочное;
- в) стратегическое;
- г) нет правильного ответа.

2. Управленческая деятельность по постановке и реализации долгосрочных целей, поддержанию эффективных взаимоотношений фирмы с её окружением при соответствии поставленных целей и ее внутренних возможностей называется:

- а) менеджментом;
- б) инновационным менеджментом;
- в) стратегическим менеджментом;
- г) инвестиционным менеджментом.

3. Какой термин переводится как искусство генералов?

- а) управление;
- б) контроль;
- в) стратегия;
- г) решение.

4. Сколько существует типов систем управления?

- а) 1;
- б) 2;
- в) 3;
- г) 4.

5. К подфункциям координации *не* относят:

- а) превентивная;
- б) стимулирующая;

- в) устраняющая;
- г) нет правильного ответа.

6. К отличиям стратегического планирования от прогнозирования относят:

- а) период времени и степень детализации;
- б) стратегии;
- в) уровни управления.

7. К уровням стратегического управления *не* относят:

- а) корпоративный;
- б) краткосрочный;
- в) уровень бизнес-единицы;
- г) функциональный.

8. Второй уровень стратегического управления представляет:

- а) корпоративная стратегия;
- б) краткосрочная стратегия;
- в) уровень бизнес-единицы;
- г) функциональная стратегия.

9. Какую стратегию необходимо воспринимать как целостность?

- а) корпоративная стратегия;
- б) краткосрочная стратегия;
- в) уровень бизнес-единицы;
- г) функциональная стратегия.

10. На каком уровне создаются предпосылки для решения стратегических задач?

- а) корпоративный;
- б) краткосрочный;
- в) уровень бизнес-единицы;
- г) функциональный.

#### Тема № 4: «Виды стратегий»

1. Критерии успешной стратегии

соответствие среде

конкурентное преимущество

эффективность

полнота охвата всех ключевых аспектов деятельности

внутренняя согласованность составляющих

допустимая степень риска

гибкость

2. Стратегия управления персоналом относится к ... стратегиям.

функциональным

базовым

корпоративным

отраслевым

3. Классификационные признаки систематизации стратегий

стадия жизненного цикла отрасли

относительная сила отраслевой позиции организации

организационная структура управления

степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе

базовая концепция достижения конкурентных преимуществ

уровень принятия решений



все перечисленные  
правильных ответов нет

4. Базовые стратегии:

стратегия роста  
стратегия сокращения  
стратегия достижения конкурентных преимуществ  
комбинированная стратегия  
стратегия лидера

5. Критерии действительно эффективной стратегии фирмы:

ментальная правильность выбираемой (разрабатываемой) стратегии  
ситуационность  
уникальность  
будущая неопределенность как стратегическая возможность  
гибкая адекватность  
системность  
взаимодополняемость

6. Стратегия конкурентного поведения последователя за лидером предполагает ...

активную атаку на лидера  
ведение интенсивной конкурентной борьбы  
реализацию стратегий инноваций  
охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов

7. Основные области выработки стратегии поведения фирмы на рынке:

лидерство в минимизации издержек  
стратегии поведения в конкурентной среде  
специализация в производстве продукции  
фиксирование определенного сегмента рынка и концентрация усилий фирмы на этом рыночном сегменте

8. Интегрированный рост организации предполагает ...

развитие продукта (его совершенствование или создание нового)  
реализацию технологически новой продукции на существующих рынках  
реализацию технологически новой продукции на новых рынках  
получение в собственность и установление контроля за поставщиками, либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами

9. Стратегия минимизации издержек (лидерства по издержкам) нацелена на ...

обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами  
приданию продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов  
наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов  
более выгодного имиджа организации, рекламной марки продукта (то есть брэнда)

10. Организационные уровни пирамиды разработки стратегии для диверсифицированной компании:

корпоративный  
бизнес-стратегии  
функциональные стратегии  
операционные стратегии  
все перечисленные  
правильных ответов нет

11. Выделите наиболее значимые факторы, влияющие на стратегию компании:  
экономические, социальные, политические, юридические, экологические  
условия конкуренции, общая привлекательность отрасли  
возможности и угрозы  
общие ценности и корпоративная культура  
личные амбиции, этические принципы высшего руководства компании  
сильные и слабые стороны компании, компетенции и конкурентные возможности  
все перечисленные  
правильных ответов нет

12. Организационные уровни пирамиды разработки стратегии для однопрофильной компании:  
корпоративный  
бизнес-стратегии  
высший уровень иерархии  
функциональные стратегии (НИОКР, производство, маркетинг, финансы, персонал и др.)  
средний уровень иерархии;  
операционные стратегии  
низший уровень иерархии

### **Тема № 7: «Анализ конкурентных преимуществ»**

1. Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли  
концентрированного роста  
интегрированного роста  
диверсифицированного роста  
сокращения

2. Тип стратегии (из группы стратегии концентрированного роста), который выберет фирма, прилагающая большие усилия в области маркетинга и стремящаяся завоевать лучшие позиции с данным продуктом на данном рынке.  
стратегию развития рынка  
стратегию развития продукта  
стратегию усиления позиций на рынке

3. Стратегия, предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – стратегия ...  
развития продукта  
обратной вертикальной интеграции  
«сбора урожая»  
конгломератной диверсификации  
сокращения расходов

4. Стратегии, входящие в «стратегическую пирамиду» одноотраслевого предприятия  
корпоративная  
деловая  
функциональные  
операционные

5. Содержание портфельной стратегии включает ...  
расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных видов деятельности  
использование технологий по принципу «двойного назначения»

использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации

многообразное использование различного рода ресурсов фирмы материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.

решения о слиянии, приобретении, вхождении в другие интеграционные структуры  
все отмеченное выше

#### 6. Виды корпоративной стратегии диверсификации

поглощение

диверсификацию в родственные отрасли

диверсификацию в неродственные отрасли

стратегию свертывания и ликвидации

стратегию приватизации

стратегию многонациональной диверсификации

стратегию реструктурирования, восстановления и экономии

#### 7. Стратегии, образующие «стратегическую пирамиду» крупной диверсифицированной компании

корпоративная стратегия

стратегия горизонтальной интеграции

функциональная стратегия

стратегия фокусирования

деловая стратегия

операционная стратегия

#### 8. Группа стратегий, которой относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию

концентрированного роста

интегрированного роста

диверсификации

сокращения

#### 9. Факторы, формирующие стратегию

социальные, политические, гражданские регулирующие нормы

ориентация коллектива предприятия на стратегию

привлекательность продукции, отрасли

конкурентоспособность фирмы

корпоративная культура

### **Тема № 8: «Стратегии внешнеэкономической деятельности»**

#### 1. Иностранным инвестором может быть:

А) иностранный гражданин.

Б) иностранное государство.

В) международная организация.

Г) верно А, Б, В.

Д) верно А, Б.

#### 2. Характеристики Товарной Номенклатуры ВЭД:

А) 6 первых знаков соответствуют таковым из Гармонизированной системы.

Б) код товара восьмизначный.

В) товары распределены по 21 разделу с I по XXI.

Г) используется, в частности, для тарифного регулирования.

Д) верно А, В, Г.

#### 3. Стратегическое планирование ВЭД включает этапы:

- А) анализ внешней среды.
- Б) разработка плана сбыта.
- В) разработка стратегий развития фирмы.
- Г) верно А, В.
- Д) верно А, Б.

4. Для оценки эффективности ВЭД могут быть использованы показатели:

- А) динамика экспорта.
- Б) динамика доли рынка.
- В) прибыльность внешних инвестиций.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) верно Б, В.

5. Характеристики внешнеторговой документации:

- А) консульский инвойс – отгрузочный документ.
- Б) сертификат о происхождения товара – таможенный документ.
- В) упаковочный лист – это платежно-банковский документ.
- Г) коносамент – таможенный документ.

6. В соответствии с «Венской конвенцией»...

- А) при досрочной поставке покупатель может отказаться от нее.
- Б) сторона никогда не имеет права удерживать товар.
- В) стороны не могут исключить в контракте действие конвенции.
- Г) верно А, Б, В.

7. Экспортеру товара выгодно в «своей» стране:

- А) повышение импортного таможенного тарифа.
- Б) увеличение импортной квоты.
- В) увеличение экспортных субсидий.
- Г) верно А, В.

8. Снижение импортных тарифов в мировой торговле выгодно:

- А) всем изготовителям.
- Б) всем потребителям.
- В) эффективным преуспевающим изготовителям.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) верно Б, В.

9. В соответствии с законом о государственном регулировании ВЭД...

- А) центр самостоятельно осуществляет координацию ВЭД субъектов.
- Б) иностранные лица осуществляют ВЭД в РФ в соответствии с их национальными законами.
- В) страхование ВЭД может осуществлять только российский страховщик.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) неверно А, Б, В.

10. В соответствии с законом о государственном регулировании ВЭД...

- А) одним из инструментов регулирования является формирование курса рубля.
- Б) участниками ВЭД могут быть физические лица – индивидуальные предприниматели.
- В) участниками ВЭД могут быть юридические лица.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) верно А, В.

11. Экономическая эффективность...

- А) экспорта должна быть больше нуля.
- Б) экспорта должна быть больше единицы.
- В) бартера должна быть больше единицы.
- Г) верно Б, В.
- Д) неверно А, Б, В.

12. Экономический эффект ВЭД ...

- А) является относительной величиной.
- Б) эквивалентен прибыли.
- В) при экспортно-импортных операциях равен сумме экономических эффектов от экспорта и от импорта.
- Г) верно Б, В.
- Д) верно А, Б, В.

13. При купле-продаже в кредит...

- А) платежи процентов по кредиту не должны быть дисконтированы.
- Б) для заемщика коэффициент кредитного влияния должен быть больше единицы.
- В) для кредитора коэффициент кредитного влияния должен быть больше единицы.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) верно Б, В.

14. Для предприятий с иностранными инвестициями характерно:

- А) совет директоров АО выбирает исполнительный орган и утверждает годовые отчеты.
- Б) то, что интегральный эффект деятельности – это фактически дисконтированная выручка.
- В) неверно А, Б.
- Г) верно А, Б.

15. Предприятие с иностранными инвестициями может быть:

- А) экспортером.
- Б) каналом сбыта.
- В) изготовителем для внутреннего рынка.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) верно А, В.

16. При заключении и исполнении контрактов необходимо:

- А) стремиться к повышенным требованиям по гарантиям и рискам.
- Б) учитывать, что условия «Инкотермс» всегда являются составной частью контракта.
- В) учитывать, что при форс-мажоре срок исполнения продлевается, но контракт должен быть обязательно исполнен.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) неверно А, Б, В.

17. Особенности сделок по аренде:

- А) одна из причин быстрого развития аренды – проблема сбыта сложного производственного дорогостоящего оборудования.
- Б) лизинг – это среднесрочная аренда.
- В) право собственности во время аренды переходит к арендатору.
- Г) верно А, Б, В.
- Д) верно Б, В.

18. Особенности некоторых сделок:

- А) в контракте подряда предметом сделки является работа.
- Б) выполнение контракта купли-продажи продолжается обычно дольше, чем выполнение контракта подряда.

- В) контракты по операциям с давальческим сырьем относятся к лизинговым контрактам.  
Г) верно А, Б, В.  
Д) верно Б, В.

19. Зарубежные прямые производственные инвестиции, обычно приводят:

- А) к увеличению ВВП страны-донора.  
Б) к увеличению ВНП страны-донора.  
В) к увеличению ВВП принимающей страны.  
Г) верно А, Б, В.  
Д) верно Б, В.

20. Импортеру товара выгодно:

- А) квотирование импорта.  
Б) снижение импортного таможенного тарифа.  
В) внутреннее субсидирование для импортозамещения.  
Г) верно А, Б, В.  
Д) верно Б, В.

### 5.3. Тематика письменных работ обучающихся

#### *Темы курсовых работ*

1. Стратегические преимущества и стратегический потенциал российских предприятий
2. Стратегические решения в деятельности организации
3. Формирование конкурентного преимущества организации
4. Проблемы формирования видения, миссии и философии российских предприятий
5. Миссия и корпоративная культура российской организации
6. Стратегические цели, ценности и интересы
7. Стратегическое управление: содержание, формы, значение
8. Стратегический анализ в организации
9. Организация стратегического контроля на предприятии
10. Цели организации в системе стратегического управления
11. Реализация стратегии фирмы
12. Эффективность стратегии фирмы
13. Стратегия диверсификации
14. Стратегия достижения конкурентных преимуществ в издержках
15. Коммуникации в системе стратегического управления организацией
16. Стратегия разработки нового продукта
17. Малый бизнес: перспективные стратегии развития
18. Проблемы разработки конкурентных стратегий
19. Проблемы разработки корпоративных стратегий
20. Стратегия фокусирования и ее роль в укреплении рыночных позиций фирмы.
21. Стратегический план и особенности его разработки.
22. Конкурентные стратегии фирмы
23. Стратегия выхода компании на внешний рынок
24. Влияние интернационализации и глобализации рынков и отраслей на стратегическое управление организацией
25. Влияние организационной культуры на процесс стратегического управления организацией
26. Влияние внешних и внутренних факторов на деятельность фирмы
27. Использование консалтинга в стратегическом управлении организацией
28. Использование наступательных и оборонительных стратегий в деятельности организации
29. Использование стратегического менеджмента в антикризисном регулировании деятельности организации
30. Использование стратегического управления в российских и зарубежных компаниях:

сравнительный анализ

31. Реорганизация как процесс стратегических изменений
32. Стратегическое позиционирование организации
33. Управление стратегическими изменениями
34. Формирование системы стратегического управления организацией
35. Стратегическая диагностика внешнего окружения фирмы
36. Опыт стратегического планирования в российских фирмах
37. Разработка стратегии внешнеэкономической деятельности
38. Стратегический менеджмент человеческих ресурсов на предприятии
39. Теория и практика формирования стратегических альянсов
40. Экономико-математическое моделирование процессов стратегического управления
41. Стратегическое управление предприятием в кризисных условиях
42. Механизм принятия стратегических решений
43. Стратегическое планирование в малом бизнесе
44. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия
45. Оценка конкурентной позиции фирмы
46. Формирование стратегии для предприятия
47. Прогнозирование влияния внешней среды на деятельность организации
48. Стратегические возможности, альтернативы и решения.
49. Анализ и выбор стратегических альтернатив
50. Разработка функциональной стратегии
51. Стратегическая диагностика организации
52. Воздействие внешней среды на стратегию фирмы
53. Стратегический и операционный аспекты управления фирмой.
54. Модель Balanced Scorecard: форма и содержание, плюсы и минусы модели.

#### **5.4. Перечень вопросов промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **Вопросы к экзамену**

1. Роль и предпосылки становления стратегического менеджмента.
2. Сущность стратегического менеджмента.
3. Основные понятия стратегического менеджмента: стратегия, тактика, миссия, потенциал организации и др. Пять «П» стратегии.
4. Сравнение стратегического и оперативного управления.
5. Понятие миссии. Важность миссии. Компоненты миссии.
6. Формирование стратегических целей. Долгосрочные и краткосрочные цели. Роль стратегических целей. Критерии в постановке целей.
7. Обзор основных школ стратегического менеджмента.
8. Эталонные стратегии.
9. Типовые стратегии М. Портера: лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование.
10. Роль и место маркетинга в стратегическом менеджменте.
11. Стратегии маркетинга, связанные с сегментацией рынка, разработкой товара, ценообразованием, товародвижением, стимулированием сбыта, удержанием конкурентных преимуществ.
12. Анализ факторов внешней среды. PEST-анализ.
13. Ситуационный анализ. SWOT-анализ.
14. Основные экономические показатели отрасли.
15. Модель пяти конкурентных сил М.Портера.
16. Концепция движущих сил отрасли.
17. Карта стратегических групп.
18. Ключевые факторы успеха (КФУ) в конкурентной борьбе.
19. Анализ конкурентоспособности фирмы по Ж.-Ж. Ламбену.
20. Методы анализа конкурентных преимуществ GAP, LOTS, PIMS, McKensey. Анализ конкурентоспособности по системе 111-555.

21. Направления международного стратегического развития.
22. Характеристика стратегий внешнеэкономической деятельности фирмы.
23. Компоненты внутреннего анализа ресурсов организации.
24. Стратегическая значимость ключевых элементов организации.
25. Оценка наличия внутренних ресурсов.
26. Матрица BCG «Бостон Консалтинг групп».
27. Создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию.
28. Создание соответствия между стратегией и культурой.
29. Руководство процессом выполнения стратегии.
30. Сопротивление изменениям. Оценка результатов реализации стратегии.



## Раздел 6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### 6.1. Основная литература

1. Стратегический менеджмент: российский и зарубежный опыт : монография / М. С. Санталова, А. В. Борщева, И. В. Соклакова, И. Л. Сурат ; под редакцией М. С. Санталовой. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 246 с. — ISBN 978-5-394-05032-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/136526.html>

2. Воронин, А. Д. Стратегический менеджмент : учебник / А. Д. Воронин, А. В. Королев. — Минск : Вышэйшая школа, 2022. — 272 с. — ISBN 978-985-06-3409-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129945.html>

3. Клавсуц, И. Л. Стратегический менеджмент : учебное пособие / И. Л. Клавсуц, Д. А. Клавсуц. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2022. — 115 с. — ISBN 978-5-7782-4675-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126600.html>

### 6.2. Дополнительная литература

1. Гришина, С. А. Стратегический менеджмент: проектный подход : учебное пособие / С. А. Гришина, А. Н. Шишкин. — Тула : Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого, 2020. — 184 с. — ISBN 978-5-6045158-7-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107697.html>

2. Коляда, А. А. Следующий уровень: стратегический менеджмент новой эпохи / А. А. Коляда. — Москва : Альпина ПРО, 2023. — 616 с. — ISBN 978-5-206-00086-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137200.html>

3. Левушкина, С. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / С. В. Левушкина, И. Г. Свистунова. — Ставрополь : Секвойя, 2020. — 105 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121756.html>

4. Гришина, С. А. Современные концепции менеджмента: стратегический менеджмент : учебно-методическое пособие / С. А. Гришина. — Тула : Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого, 2021. — 71 с. — ISBN 978-5-6045160-9-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119707.html>

5. Сорокина, Т. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Т. И. Сорокина. — Тюмень : Государственный аграрный университет Северного Зауралья, 2021. — 151 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117669.html>

### Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.consultant.ru/>— Консультант Плюс
2. <http://www.garant.ru/>— Гарант
3. Программное обеспечение для организации конференции

## Раздел 7. Материально-техническая база и информационные технологии

### Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине:

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Стратегический менеджмент» включает в себя учебные аудитории для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы обучающихся.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных технологий обучения. Специфика реализации дисциплины с применением дистанционных технологий обучения устанавливается дополнением к рабочей программе. В части не противоречащей специфике, изложенной в дополнении к программе, применяется настоящая рабочая программа.

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включает в себя:

Компьютерная техника, расположенная в учебном корпусе Института (ул. Качинцев, 63, кабинет Центра дистанционного обучения):

1. Intel i 3 3.4Ghz\ОЗУ 4Gb\500GB\RadeonHD5450
2. Intel PENTIUM 2.9GHz\ОЗУ 4GB\500GB

Зличные электронные устройства (компьютеры, ноутбуки, планшеты и иное), а также средства связи преподавателей и студентов.

Информационные технологии, необходимые для осуществления образовательного процесса по дисциплине с применением дистанционных образовательных технологий включают в себя:

- система дистанционного обучения (СДО) (Learning Management System) (LMS) Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment);

- электронная почта;
- система компьютерного тестирования;
- Цифровой образовательный ресурс IPR SMART;
- система интернет-связи skype;
- телефонная связь;
- программное обеспечение для организации конференции.

Обучение обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется посредством применения специальных технических средств в зависимости от вида нозологии.

При проведении учебных занятий по дисциплине используются мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся.

Лекционные аудитории оборудованы мультимедийными кафедрами, подключенными к звуковым колонкам, позволяющими усилить звук для категории слабослышащих обучающихся, а также проекционными экранами которые увеличивают изображение в несколько раз и позволяют воспринимать учебную информацию обучающимся с нарушениями зрения.

При обучении лиц с нарушениями слуха используется усилитель слуха для слабослышащих людей CyberEar модель NAP-40, помогающий обучаемым лучше воспринимать учебную информацию.

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

**для лиц с нарушениями зрения:**

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;

**для лиц с нарушениями слуха:**

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

**для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:**

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

## Раздел 8. Методические указания для обучающихся по освоению факультативной дисциплины

Для успешного усвоения лекционного материала обучающийся должен просмотреть учебную литературу по теме лекции с тем, чтобы иметь хотя бы представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции. Он должен также мысленно припомнить то, что уже знает, когда-то читал, изучал по другим предметам применительно к данной теме. Главное в проделанной работе к лекции – формирование субъективного настроения на характер информации, которую он получит в лекции по соответствующей теме. Иногда для этого бывает достаточно ознакомиться с типовой рабочей программой или учебным руководством.

Проблемная лекция не только раскрывает пункты, проблемы, темы, которые находятся в программе, но и заставляет обучающего мыслить экономически грамотно, искать новые пути и средства решения наиболее сложных проблем. Она обладает большой информационной емкостью, и за короткое время преподаватель успевает изложить так много проблем, мыслей, идей, что надо не потеряться в этой информации. Обучающийся должен помнить, что никакой учебник, никакая монография или статья не могут заменить учебную лекцию. В свою очередь, работа на лекции – это сложный вид познавательной, интеллектуальной работы, требующей напряжения, внимания, воли, затрат нервной и физической энергии. Весь проблемный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т.е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплён в памяти. Приступая к слушанию нового материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным, уяснить, на что опирается изложенная тема. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном повышении тона, изменения ритма, пауза и т.п.), обучающийся должен вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и их содержание, проблемы и их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, обучающийся значительно облегчает себе глубокое понимание материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

Запись лекции является важнейшим элементом работы обучающегося на лекции. Конспект позволяет ему обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем он смог восстановить в памяти основные содержательные моменты лекции.

Типичная ошибка обучающихся – дословное конспектирование. Как правило, при записи слово в слово не остается времени на обдумывание, анализ и синтез информации. Искусство конспектирования сводится к навыкам свертывания информации, т.е. записи ее своими словами, частично словосочетаниями лектора, определенными и просто необходимыми сокращениями и иными приемами, но так, чтобы суметь вновь развернуть информацию без существенной потери. Отбирая нужную информацию, главные мысли, проблемы, решения и выводы, обучающейся сокращает текст и строит свой, в котором он сможет разобраться.

При ведении конспекта лекций есть материал, который записывается дословно, например, формулировки нормативных актов, определения основных криминологических категорий и законов. При этом обучающийся должен для себя в конспекте выделить главную мысль, идею в определении того или иного понятия, его сущность, не стараясь сразу понять его в деталях. Это позволит изначально усвоить экономические понятия, опираясь на главную идею, уяснить сущность.

В конспекте лекций обязательно записываются: название темы лекции, основные вопросы плана, рекомендуемая литература. Текст лекции должен быть разделен в соответствии с планом.

С окончанием лекции работа над конспектом не может считаться завершённой. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, уточнить что-то на консультации, предпринять иные меры с тем, чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к семинарам, экзамену, для дальнейшего изучения темы, на практике. Конспект лекций – незаменимый учебный документ, необходимый для самостоятельной работы.

Тематическим планом изучения дисциплины предусмотрены практические занятия. Подготовка к практическому занятию предполагает два этапа работы обучающихся.

Первый этап – усвоение теоретического материала. На первом этапе обучающийся должен отработать и усвоить учебно-программный вузовский материал, используя методические рекомендации по подготовке к семинару.

Второй этап предполагает выполнение практического задания. Конкретно такое задание дается обучающемуся преподавателем в конце занятия, предшествующего практическому. Это может быть подготовка конспекта, план работы по той или иной ситуации, план беседы и т.п.

Задания должны быть выполнены письменно. Кроме того, по теоретическим вопросам обучающийся должен подготовить рабочие планы своих ответов на них.

Домашнее задание обучающийся готовит самостоятельно, уделяя на подготовку не менее трех часов. При выполнении домашнего задания он может пользоваться техническими средствами, учебной литературой, конспектами лекций и д.р. Рекомендуется чаще обращаться за консультациями и оказанием необходимой помощи к преподавателям кафедры.

Учебно-методическое издание

Рабочая программа факультативной дисциплины

**Стратегический менеджмент**

---

*(Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

**Чумакова Екатерина Александровна**

---

*(Фамилия, Имя, Отчество составителя)*