

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2021 14:06:59

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfd603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
Факультет экономики и управления
Кафедра «Менеджмент»**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2020 г.

Рабочая программа дисциплины

Стратегический менеджмент

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника

Бакалавр

Для всех форм обучения

Симферополь 2020

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины*	23
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	24
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
«Стратегический менеджмент», соотнесенных с планируемыми
результатами освоения образовательной программы**

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-3	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы проектирования организационных структур, стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, методы распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; • анализ, разработку и осуществление стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности • взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	<ul style="list-style-type: none"> • понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию • принципы, порядок, законодательно-нормативную базу органов государственного регулирования;
ПК-5	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	<ul style="list-style-type: none"> • принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; • основные концепции и методы анализа рыночных и специфических рисков, сферу их применения
ПК-6	Способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
ПК-9	Способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления,	<ul style="list-style-type: none"> • анализировать, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности • анализировать взаимосвязи между

	<p>выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;</p>	<p>функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p> <ul style="list-style-type: none"> • определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами; • ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность • анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, оценивать их влияние на организации в системе менеджмента, государственного и муниципального управления <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; • владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности • способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений • навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта • навыками принятия рациональных управленческих решений на уровне органов государственного регулирования; • методами анализа рыночных и специфических рисков с целью использования его результатов при принятии управленческих решений
--	---	---

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б.1.Б.16. «Стратегический менеджмент» относится к базовой части учебного плана ОПОП 38.03.02 Менеджмент.

Изучение дисциплины опирается на знания таких дисциплин как «Финансовый менеджмент», «Методы принятия управленческих решений», «Управление человеческими ресурсами», «Антикризисное управление» и др.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет **2** зачетных единицы (ЗЕ), **72** академических часа.

3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы 72 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	72
Контактная работа	42
Аудиторная работа (всего):	36
Лекции	18
Семинары, практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	30
Экзамен	6

Для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы 72 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	72
Контактная работа	14
Аудиторная работа (всего):	8
Лекции	4
Семинары, практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	58
Экзамен	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование темы	Всего		Количество часов					
				Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
				Лекции		Семинары		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления.	14	14	4	1	4	1	6	12
2	Основные школы современного стратегического менеджмента:	14	13	4	1	4	1	6	11
3	Управленческая стратегия: формирование и реализация.	14	14	4	1	4	1	6	12
4	Организация стратегического планирования	15	12	4	0,5	4	0,5	7	11
5	Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании	9	13	2	0,5	2	0,5	5	12
	Всего по дисциплине	66	66	18	4	18	4	30	58
	Экзамен	6	6						
	Итого	72	72	18	4	18	4	36	64

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам

Тема № 1. Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления. Основные корпоративные структуры.

Понятие стратегического менеджмента. Исторические предпосылки возникновения и этапы развития стратегического менеджмента. Отличия стратегического менеджмента от оперативного менеджмента. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности. Организационные формы корпоративных образований, реализующих

стратегическое корпоративное управление. Жесткие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление: трест, концерн, конгломерат, консорциум. Мягкие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление: картель, синдикат, пул, ассоциация, стратегический альянс. Стратегические бизнес-единицы (хозяйственные подразделения) корпоративных структур. Стратегические зоны хозяйствования, стратегическое развертывание сетевых структур.

Тема № 2. Основные школы современного стратегического менеджмента

Школа дизайна: формирование стратегии как процесс осмысления. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс. Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс.

Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения. Когнитивная школа: формирование стратегии как ментальный процесс. Школа обучения: формирование стратегии как развивающийся процесс. Школа власти: формирование стратегии как процесс ведения переговоров. Школа культуры: формирование стратегии как коллективный процесс. Школа внешней среды: формирование стратегии как реактивный процесс. Школа конфигурации: формирование стратегии как процесс трансформации.

Тема № 3. Управленческая стратегия: формирование и реализация.

Понятие управленческой стратегии. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи. Генеральные, корпоративные, конкурентные, функциональные, операционные стратегии. Типы стратегий. Содержание стратегии как документа. Стратегические решения. Стратегическое прогнозирование. Процесс формирования стратегий. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус. Реализация стратегии.

Тема № 4. Организация стратегического планирования.

Сущность и содержание планирования как функции менеджмента. Специфика и виды стратегического планирования. Цикл и методы стратегического планирования. Типы плановых структур. Методология стратегического планирования: сущность и содержание, логика, принципы. Методы, формы и показатели стратегического планирования:

Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов. Формы реализации стратегического планирования. Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования. Взаимосвязь стратегического планирования, целевого программирования и бюджетирования. Бизнес-план как форма оперативно-тактического планирования. Проекты как форма оперативного планирования

Тема № 5. Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании

Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности корпорации. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность корпорации.

4.3. Темы практических занятий

Тема 1. Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления.

Особенности стратегического управления в организации

Тема 2. Основные школы современного стратегического менеджмента

Принятие управленческого решения как основная управленческая функция стратегического менеджмента

Тема 3. Управленческая стратегия: формирование и реализация.

Анализ и выбор стратегических позиций

Тема 4. Организация стратегического планирования

Разработка стратегического плана развития организации

Тема 5. Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании

Оценка управленческого решения в условиях стратегических изменений.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Тема (разделы)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ОФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления.	6	12	Учебно-методическое пособие
2	Основные школы современного стратегического менеджмента:	6	11	Учебно-методическое пособие
3	Управленческая стратегия: формирование и реализация.	6	12	Учебно-методическое пособие
4	Организация стратегического планирования	7	11	Учебно-методическое пособие
5	Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании	5	12	Учебно-методическое пособие

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ОПК-3

способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
методы проектирования организационных структур, стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, методы распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; 6.2.1. (1-7), 6.2.2. (1-10) 6.2.3(1-10)	проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; 6.2.1. (8,11,13), 6.2.2. (14,17,18) 6.2.3(1-15)	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; 6.2.1. (40-43), 6.2.2. (21,23) 6.2.3(15-19)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (1-7), 6.2.2. (1-10) 6.2.3(1-10) Умеет, если выполнил 6.2.1. (8,11,13), 6.2.2. (14,17,18) 6.2.3(1-15) Владеет, если выполнил 6.2.1. (40-43), 6.2.2. (1,3) 6.2.3(15-19)		

Компетенция ПК-3

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
анализ, разработку и осуществление стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 6.2.1. (25-32), 6.2.2. (1,8) 6.2.3(19-25)	анализировать, разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 6.2.1. (27-33), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(1-11)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 6.2.1. (33-35), 6.2.2. (35-40) 6.2.3(13-27)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (25-32), 6.2.2. (1,8) 6.2.3(19-25) Умеет, если выполнил 6.2.1. (27-33), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(1-11) Владеет, если выполнил 6.2.1. (33-35), 6.2.2. (7-10) 6.2.3(13-27)		

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений 6.2.1. (1-5), 6.2.2. (5-10) 6.2.3(25-35)	анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений 6.2.1. (8,45-50), 6.2.2. (29-35) 6.2.3(17-23)	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений 6.2.1. (7,9,18,23), 6.2.2. (1,9) 6.2.3(35-40)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (1-5), 6.2.2. (5-10) 6.2.3(25-35) Умеет, если выполнил 6.2.1. (8,45-50), 6.2.2. (29-35) 6.2.3(17-23) Владеет, если выполнил 6.2.1. (7,9,18,23), 6.2.2. (1,9) 6.2.3(35-40)		

Компетенция ПК-6

Способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию 6.2.1. (25-32), 6.2.2. (1,8) 6.2.3(1-7)	определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами; ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность. 6.2.1. (27-33), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(19-25)	навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта 6.2.1. (33-35), 6.2.2. (35-40) 6.2.3(30-40)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (25-32), 6.2.2. (1,8) 6.2.3(1-7) Умеет, если выполнил 6.2.1. (27-33), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(19-25) Владеет, если выполнил 6.2.1. (33-35), 6.2.2. (7-10) 6.2.3(30-40)		

Компетенция ПК-9

Способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
принципы, порядок, законодательно-нормативную базу органов государственного регулирования; принципы формирования потребительского спроса и факторы его определяющие; основные концепции и методы анализа рыночных и специфических рисков, сферу их применения 6.2.1. (25-32), 6.2.2. (1,8) 6.2.3(19-29)	анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, оценивать их влияние на организации в системе менеджмента, государственного и муниципального управления 6.2.1. (27-33), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(13-33)	навыками принятия рациональных управленческих решений на уровне органов государственного регулирования; методами анализа рыночных и специфических рисков с целью использования его результатов при принятии управленческих решений 6.2.1. (33-35), 6.2.2. (35-40) 6.2.3(1-9)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (25-32), 6.2.2. (1,8) 6.2.3(19-29)		
Умеет, если выполнил 6.2.1. (27-33), 6.2.2. (5,6,8) 6.2.3(13-33)		
Владеет, если выполнил 6.2.1. (33-35), 6.2.2. (7-10) 6.2.3(1-9)		

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1. Вопросы к экзамену

1. Понятие стратегического менеджмента. Основные отличия стратегического менеджмента от оперативного.
2. Исторические предпосылки возникновения стратегического менеджмента. Этапы развития стратегического менеджмента.
3. Школа дизайна: формирование стратегии как процесс осмысления. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс.
4. Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс. Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.
5. Школы менеджмента: когнитивная, обучения, власти:
6. Школа менеджмента: формирование стратегии, культуры, внешней среды, конфигурации.
7. Понятие управленческой стратегии. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации.
8. Базовые элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи.

9. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус. Стратегические решения.
10. Процесс формирования стратегий. Реализация стратегии.
11. Цикл и методы стратегического планирования. Типы плановых структур. Формы реализации стратегического планирования.
12. Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности товара, компании, экономики. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании.
13. Конкурентоспособность и ключевые факторы конкурентного успеха, стратегические способности компании.
14. Стратегический анализ конкурентной рыночной позиции компании. Позиционная оценка фирмы–лидеры, фирмы–последователя, фирмы–аутсайдера.
15. Стратегический анализ конкурентного позиционного поведения компании. Наступательные, оборонительные, выжидательные, смешанные стратегические поведенческие позиции компании.
16. Стратегический конкурентный анализ отраслевого рынка: содержание, характеристики и основные показатели (поставщики, покупатели, товары-заменители, конкуренты, институты, барьеры входа-выхода, тенденции и фазы развития, конкурентная структура, пространственные масштабы).
17. Понятие, виды и типы корпоративных (базовых) стратегий. Понятие и структура портфеля корпоративного образования. Корпоративные стратегии стабилизационного роста.
18. Понятие, виды и типы конкурентных (деловых) стратегий. Взаимосвязь и различия корпоративных и конкурентных стратегий.
19. Понятие, виды и типы инновационных (деловых) стратегий. Виолентные, пациентные, коммутантные, эксплерентные стратегии.
20. Понятие, виды и типы функциональных (ресурсных) стратегий. Взаимосвязь и различия корпоративных конкурентных и функциональных стратегий.
21. Виды и типы производственных функциональных стратегий. Внешние и внутренние факторы, целевая функция формирования производственных стратегий.
22. Стратегическое управления производственным потенциалом компании: сущность, виды, типы, особенности.
23. Производственные функциональные стратегии размещения и специализации производства.
24. Производственные ресурсные функциональные стратегии: привлечения ресурсов, сохранения ресурсов.
25. Производственные функциональные стратегии прибыли. Производственные функциональные стратегии качества.
26. Стратегии управления технологическим развитием производства компании. Стратегии управления НИОКР компании.
27. Виды и типы финансовых функциональных стратегий. Внешние и внутренние факторы, целевая функция формирования финансовых стратегий.
28. Стратегии управления издержками.

29. Стратегии выплаты дивидендов. Стратегии защиты от финансовых рисков.
30. Стратегии управления текущими финансовыми операциями и обеспечения финансовой устойчивости фирмы: специфика и формы. Стратегии управления дебиторской и кредиторской задолженностью.
31. Стратегии управления долгосрочными финансовыми операциями: специфика и формы. Стратегии привлечения финансовых средств. Стратегии финансовых инвестиций.
32. Виды и типы маркетинговых функциональных стратегий. Внешние и внутренние факторы, целевая функция формирования маркетинговых стратегий.
33. Место маркетинга в стратегическом управлении компанией. Функции стратегического маркетинга.
34. Стратегия и тактика управления маркетингом.
35. Маркетинговые функциональные стратегии управления жизненным циклом товара.
36. Маркетинговые функциональные стратегии управления товародвижения.
37. Маркетинговые функциональные стратегии ценообразования. Маркетинговые функциональные стратегии воздействия на потребителей.
38. Виды и типы кадровых функциональных стратегий. Внешние и внутренние факторы, целевая функция формирования стратегии управления персоналом.
39. Кадровые функциональные стратегии привлечения и отбора персонала. Кадровые функциональные стратегии развития персонала.
40. Кадровые функциональные стратегии перемещения персонала. Кадровые функциональные стратегии регулирования занятости на предприятии.
41. Фаза подъема жизненного цикла отрасли и особенности динамики инновационных отраслей.
42. Проблемы, ограничивающие развитие зарождающихся отраслей. Специфика рынков новых продуктов на раннем и последующих этапах.
43. Стратегическое управление компаниями в зарождающихся (инновационных) отраслях. Стратегии инновационного продвижения на новый рынок - наступательная, выжидательная, промежуточная стратегии.
44. Базовые стратегии компании в развивающихся отраслях: наступательные, оборонительные, имитационные.
45. Стратегии освоения новаций – опоры на собственные силы, кооперации с партнерами, закупки новинок.
46. Фаза стабильности жизненного цикла отрасли и особенности динамики зрелых стабильных отраслей.
47. Особенности, преимущества и проблемы зрелых отраслей.
48. Изменения в отрасли в период её перехода от фазы зарождения к фазе зрелости.
49. Стратегическая дилемма, обостряемая нарастанием зрелости отрасли.

50. Стратегическое управление компаниями в зрелых отраслях. Особенности, источники, конкурентных преимуществ и проблемы зрелых отраслей.

51. Специфика конкурентных стратегий компаний в зрелых отраслях экономики.

52. Стратегические ловушки переходного периода и организационные последствия зрелости отрасли.

53. Фаза спада жизненного цикла отрасли и особенности динамики стагнирующих отраслей.

54. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы нарастания кризисного развития организации.

55. Структурные факторы конкуренции на этапе спада отрасли. Барьеры выхода из отрасли в период её спада.

56. Важнейшие особенности, конкурентные преимущества и стратегические проблемы стагнирующих отраслей.

57. Особенности стратегического управления компаниями в отраслях, переживающих спад.

58. Стратегические альтернативы конкурентного поведения компаний в период отраслевого спада.

59. Управляемы и неуправляемы процессы антикризисного развития. Роль стратегии в антикризисном управлении.

60. Базовые стратегии антикризисного управления.

6.2.2. Темы рефератов

1. Исторические предпосылки возникновения и этапы развития стратегического менеджмента.

2. Школы современного стратегического менеджмента: дизайна, планирования, позиционирования.

3. Школы современного стратегического менеджмента: предпринимательства, когнитивная, обучения.

4. Школы современного стратегического менеджмента: власти, культуры, внешней среды, конфигурации.

5. Управленческая стратегия: формирование и реализация.

6. Организация стратегического планирования.

7. Проекты как форма оперативного планирования, нацеленного на реализацию стратегии.

8. Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов.

9. Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования реализации стратегии.

10. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность компании.

11. Стратегии корпоративных организаций и образований как результат развития концентрации, централизации и структуризации бизнеса и эволюции корпоративных структур.

12. Стратегическое управление и конкурентоспособность компании. Особенности стратегического менеджмента в малом, среднем и крупном бизнесе.

13. Стратегический позиционный анализ компании. Виды, типы и общая характеристика конкурентных позиций.

14. Алгоритм оценки конкурентной позиции компании в рыночной экономике.

15. Стратегическая позиционная оценка компании.

16. Стратегический анализ основных компонентов внутренней и внешней среды фирмы.

17. Основные стратегические позиции компании в зависимости от ее положения на рынке.

18. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *PEST-анализа*.

19. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *SWOT-анализа*.

20. Стратегическое позиционирование компании относительно жизненных циклов товара (матрица Артур Литтл). Сильные и слабые стороны матрицы Артур Литтл.

21. Стратегическое позиционирование компании относительно жизненных циклов отраслей (матрица Хофера-Шендела). Сильные и слабые стороны матрицы Хофера-Шендела.

22. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матрицы БКГ.

23. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матриц Мак-Кинси.

24. Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл» и ее основные стратегические альтернативы.

25. Корпоративные (базовые) стратегии компании.

26. Конкурентные (деловые) стратегии организации.

27. Ролевые (инновационно-поведенческие) стратегии компании.

28. Производственные функциональные стратегии компании.

29. Финансовые функциональные стратегии компании.

30. Стратегии защиты компании от финансовых рисков.

31. Инвестиционные финансовые функциональные стратегии компании.

32. Маркетинговые функциональные стратегии компании.

33. Кадровые функциональные стратегии компании.

34. Стратегическое управление компанией в развивающейся отрасли экономики.

35. Стратегическое управление компанией в стабильной отрасли экономики.

36. Стратегическое управление компанией в сокращающейся отрасли экономики.

37. Базовые стратегии антикризисного управления компанией.

38. Стратегии управления качеством в системе менеджмента компании.

39. Стратегическое управление компанией в глобальной отрасли мировой экономики.

40. Стратегическое управление компанией в региональной экономике

6.2.2. Тестовые задания**1. Стратегия организации это:**

- А. деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка);
- Б. практическое использование методологии стратегического управления;
- В. генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
- Г. обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.

2. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

- А. функциональная стратегия
- Б. бизнес-стратегия
- В. корпоративная стратегия
- Г. стратегия

3. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

- А. функциональная стратегия
- Б. бизнес-стратегия
- В. корпоративная стратегия
- Г. стратегия

4. Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это:

- А. функциональная стратегия
- Б. бизнес-стратегия
- В. корпоративная стратегия
- Г. стратегия

5. Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации – это:

- А. функциональная стратегия
- Б. бизнес-стратегия
- В. корпоративная стратегия
- Г. стратегия

6. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы»

- А. долгосрочное планирование
- Б. Управление на основе контроля за исполнением
- В. Управление на основе предвидения изменений
- Г. Управление на основе гибких экстренных решений

7. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления:

«начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии (стратегическое планирование)»

- А. долгосрочное планирование
- Б. Управление на основе контроля за исполнением
- В. Управление на основе предвидения изменений
- Г. Управление на основе гибких экстренных решений

8. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления:

«складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть (стратегическое управление в реальном масштабе времени)»

- А. долгосрочное планирование
- Б. Управление на основе контроля за исполнением
- В. Управление на основе предвидения изменений
- Г. Управление на основе гибких экстренных решений

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

- А. стратегическое планирование
- Б. среднесрочное планирование
- В. долгосрочное планирование
- Г. другой ответ

10. 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

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

- А. стратегическое планирование
- Б. среднесрочное планирование
- В. долгосрочное планирование

Г. стратегическое управление

12. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

А. стратегическое планирование

Б. стратегия

В. SWOT – анализ

Г. стратегическое управление

13. Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды – это:

А. стратегическое планирование

Б. стратегия

В. SWOT – анализ

Г. стратегическое управление

14. Кто считает, что стратегия должна: содержать ясные цели, достижение которых является решающим для общего исхода дела; поддерживать инициативу; концентрировать главные усилия в нужное время в нужном месте; предусматривать такую гибкость поведения, чтобы использовать минимум ресурсов для достижения максимального результата; обозначать скоординированное руководство; предполагать корректное расписание действий; обеспечивать гарантированные ресурсы?

А. Минцеберг

Б. Квин

В. Портер

Г. МакКинсей

15. Кто считает, что стратегия это: стратегия – план действий; стратегия – прикрытие, т.е. действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих противников; стратегия – порядок

действий, т.е. план может быть нереализуем, но порядок действий должен быть обеспечен в любом случае; стратегия – позиция в окружающей среде, т.е. связь со своим окружением; стратегия – перспектива, т.е. видение того состояния, к которому надо стремиться?

А. Минцеберг

Б. Квин

В. Портер

Г. МакКинсей

16. Что это за определение стратегического менеджмента: «выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм»?

А. Потенциал

Б. Сцена

В. Целевые установки

Г. Миссия

17. Что это за определение стратегического менеджмента: «долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии»?

А. Потенциал

Б. Сцена

В. Целевые установки

Г. Миссия

18. Что это за определение стратегического менеджмента: «источник формирования конкурентного преимущества организации»?

А. Потенциал

Б. Цена

В. Целевые установки

Г. Миссия

19. Что это за определение стратегического менеджмента: «параметры отраслей, рынков и макросреда бизнеса»?

А. Потенциал

Б. Цена

В. Целевые установки

Г. Миссия

20. Что это за определение: «комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития»?

А. стратегическое планирование

Б. стратегия

В. стратегический менеджмент

Г. стратегическое управление

21. Что это за определение стратегического менеджмента: «процесс, посредством которого осуществляется взаимодействие организации с её окружением»?

А. стратегическое планирование

Б. стратегия

В. стратегический менеджмент

Г. стратегическое управление

22. Стратегическое управление – это управление в социально-экономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если «управление рассматривается как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определённых результатов», то какая это сторона управления?

А. функциональная

Б. процессная

В. элементная

Г. другая сторона

23. Стратегическое управление – это управление в социально-экономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если «в её рамках управление рассматривается как действия по выявлению и разрешению проблем, т.е. процесс подготовки и принятия решений», то какая это сторона управления?

А. функциональная

Б. процессная

- В. элементная
- Г. другая сторона

24. Стратегическое управление – это управление в социально-экономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если «управление рассматривается как деятельность по организации взаимосвязей определённых структурных элементов», то какая это сторона управления?

- А. функциональная
- Б. процессная
- В. элементная

25. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если рассматривается уровень «даёт понимание общих подходов, принципов, форм организации системы. Этот уровень образуют науки: теория систем, кибернетика, теория организации и др.», то это уровень?

- А. конкретная методология наук
- Б. методология, методика и технология стратегического управления
- В. общеполитический
- Г. общенаучный

26. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если рассматривается «совокупность знаний об управлении в социально-экономических системах (статистика, менеджмент, социология, право, макроэкономика, микроэкономика, теория управления и др.)», то это уровень?

- А. конкретная методология наук
- Б. методология, методика и технология стратегического управления
- В. общеполитический
- Г. общенаучный

27. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если на рассматриваемом уровне «управление наиболее приближено к практической деятельности и призвано реализовать достижения других наук», то это уровень?

- А. конкретная методология наук
- Б. методология, методика и технология стратегического управления
- В. общеполитический
- Г. общенаучный

28. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если на рассматриваемом уровне «совокупность взглядов, знаний о явлениях окружающего мира. Этот уровень образуют такие науки как философия, математика, теория информации и др.», то это уровень?

- А. конкретная методология наук
- Б. методология, методика и технология стратегического управления
- В. общеполитический
- Г. общенаучный

29. Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как

называется данный принцип «Организация, действующая в динамичных условиях внешней среды, должна обладать единством целей, интересов и принципов управления»?

- А. Разделение труда
- Б. Экономичность и эффективность
- В. Единство направления
- Г. Выделение доминанты развития

30. Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения её целей. Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач»?

- А. Разделение труда
- Б. Экономичность и эффективность
- В. Единство направления
- Г. Научность

Ключи к тестам:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
В	В	Г	В	Б	Г	В	Б	В	А	Г	В	Б	Б	А
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Г	В	А	Б	А	Г	А	Б	Б	Б	Г	А	В	В	Г

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Шадченко, Н. Ю. Стратегический менеджмент : учебно-методическое пособие для преподавателей и студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Н. Ю. Шадченко. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 48 с. — ISBN 978-5-4486-0001-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/62888.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон, Стрикленд Дж. А. ; под редакцией Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 577 с. — ISBN 5-85173-059-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52064.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Попович, А. М. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. М. Попович. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 320 с. — ISBN 978-5-7779-1916-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59657.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим

доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

1. Курс по стратегическому менеджменту / . — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 183 с. — ISBN 978-5-379-01849-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65241.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Панов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (080100) «Экономика и управление» / А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов. — 3-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 304 с. — ISBN 5-238-01052-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71059.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100 / Б. Т. Кузнецов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 623 с. — ISBN 978-5-238-01209-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71227.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Мурзин, А. Д. Стратегическое планирование социо-эколого-экономического развития урбанизированных территорий на основе менеджмента риска : монография / А. Д. Мурзин. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2346-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87499.html> (дата обращения: 23.12.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. www.strategplann.ru
2. www.gd.ru (журнал «Генеральный директор»)
3. www.kommersant.ru/sf (журнал «Секрет фирмы»)
4. www.mevriz.ru (журнал «Менеджмент в России и за рубежом»)
5. www.new-management.info (журнал «Новый менеджмент»)
6. www.rjm.ru (Российский журнал менеджмента)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.

2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

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

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.