

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2020 11:35:06+02

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

Факультет экономики и управления

Кафедра «Экономика и туризм»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«06» сентября 2020 г.



Рабочая программа дисциплины
Стратегия предприятия

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Профиль
Экономика предприятий и организаций

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	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	23
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины	23
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	24
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), 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, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Стратегия предприятия»:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методы сбора, анализа и обработки данных; -методы принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; -экономические и социально-экономические
ОПК-4	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов; -критерии социально-экономической эффективности, риски и возможные социально-экономические последствия. <p>Уметь:</p>
ПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач,	<ul style="list-style-type: none"> -осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач; -находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; -рассчитать экономические и социально-экономические показатели; -оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию.
ПК-11	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач; -способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; -способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели; -способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б.1.В.11 «Стратегия предприятия» относится к вариативной части. Дисциплина базируется на изучении «Экономика предприятий», «Основы коммерческой деятельности», «Менеджмент», «Маркетинг».

«Стратегия предприятия» является базой для «Бизнес-планирования», «Управления затратами», «Внутреннего экономического механизма».

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 5 зачетных единиц (ЗЕ), 180 академических часов.

3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах) Для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единицы 180 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа	97
Аудиторная работа (всего):	90
Лекции	44
Семинары, практические занятия	46
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	83
Экзамен	6
Курсовая работа	1

Для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единицы 180 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа	25
Аудиторная работа (всего):	18
Лекции	8
Семинары, практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	155
Экзамен	6
Курсовая работа	1

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					
		ОФО	ЗФО	Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практические		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Стратегия предприятия: понятие, эволюция концепции.	22	22	4	2	4		14	20
2	Организация разработки стратегии на предприятии	22	22	6	2	6	2	10	18
3	Установление миссии и целей предприятия.	22	22	6		6	2	10	20
4	Стратегический контекст предприятия	22	22	4		6	2	12	20
5	Оценка внешней среды предприятия	22	22	6		6		10	22
6	Анализ стратегического потенциала	22	22	6		6		10	22
7	Стратегии бизнеса	20	20	6	2	6	2	8	16
8	Стратегии диверсификации деятельности предприятия	21	21	6	2	6	2	9	17
	Всего по дисциплине	173	173	44	8	46	10	83	155
	Экзамен	6	6						
	Курсовая работа	1	1						
	Итого	180	180	44	8	46	10	90	162

4.2 Содержание дисциплины , структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Стратегия предприятия: понятие, эволюция концепции.

Общая характеристика и предмет курса. Содержание и задачи курса. Место учебной дисциплины «Стратегия предприятия» в подготовке специалистов экономики предприятия. Теоретические и методологические основы курса. Общие и специальные методы, инструментарий стратегического планирования предприятия. Место стратегического управления в экономической науке.

Эволюция концепции стратегии развития предприятия. Прогнозирование

как основа долгосрочного планирования. Стратегия как основной элемент перспективного управления предприятием. Характеристика современного перспективного планирования. Роль и место стратегического планирования в управлении предприятием. Связь стратегического планирования с другими функциями управления.

Понятие стратегии. Соотношение понятий стратегии, политики, тактики. Иерархия стратегий. Этапы процесса формирования стратегии. Основные характеристики процесса формирования стратегии: вариативность, адаптивность, непрерывность и др. Корпоративная стратегия. Деловая стратегия. Функциональная стратегия. Социальные, политические, гражданские и правовые факторы. Привлекательность отрасли и условия конкуренции. Специфические рыночные возможности и угрозы. Критерии победной стратегии.

Тема 2. Организация разработки стратегии на предприятии.

Подходы к выполнению задачи по разработке стратегии. Функции высшего руководства при разработке стратегии. Разработка стратегии и структура управления предприятием. Место и роль отдела стратегического планирования в формировании стратегии. Информационное обеспечение процесса разработки стратегии. Создание и управление высокопродуктивным хозяйственным портфелем структурных подразделений предприятия. Установление инвестиционных приоритетов и направление ресурсов в наиболее привлекательные сферы деятельности. Формирование механизма реагирования на внешние изменения. Объединение стратегических действий основных функциональных подразделений. Обзор, просмотр и объединение предложений менеджеров на местах. Действия по решению узкоспециальных вопросов и проблем, связанных с достижением целей подразделения.

Тема 3. Установление миссии и целей предприятия.

Суть и значение миссии для предприятия. Понятие и классификация целей предприятия. Долгосрочные краткосрочные цели. Понятие и определение миссии. Факторы формирования стратегического видения и обоснования миссии. Цели и задачи формирования миссии. Управленческая ценность миссии предприятия. Обоснованность стратегического видения – обязательное условие для обеспечения эффективного стратегического лидерства. Формулировка миссии для функциональных подразделений. Объединяющая стимулирующая и направляющая роль миссии предприятия. Миссия и подготовка предприятия к изменениям внешней и внутренней среды. Стратегические и финансовые цели. Долгосрочные и краткосрочные цели. Постановка целей на всех уровнях управления. Требования к целям. Управленческая ценность установленных целей. Цели как обязательство управленческого аппарата добиться определенных результатов в установленное время.

Тема 4. Стратегический контекст предприятия.

Организационно - экономический механизм адаптации предприятия к условиям рынка. Стратегия и предпринимательство. Стратегия предприятия как плановый документ. Организационные факторы формирования стратегии предприятия. Признаки нестратегического подхода к управлению предприятием. Стратегия предприятия как непрерывный процесс.

Тема 5. Оценка внешней среды предприятия.

Структурные компоненты внешней среды: политический, экономический, социальный, правовой, технологический. Операционное окружение и его компоненты: поставщики, потребители, рабочая сила, конкуренты, международная деятельность. Сканирование и прогнозирование внешнего окружения. Анализ отрасли и конкуренции. Определение угроз и возможностей внешней среды. Основные экономические показатели отрасли. Влияние конкурентных сил в отрасли. Изменения в структуре конкурентных сил в отрасли и в окружающей среде. Сильные (слабые) позиции предприятий-конкурентов.

Прогнозирование стратегических действий конкурентов. Ключевые факторы успеха (КФУ) в конкурентной борьбе. Привлекательность и перспективы отрасли и конкуренции. Модель пяти сил конкуренции. Соперничество между продавцами. Влияние на конкуренцию в отрасли товаров – заменителей (субститутов). Конкуренция. Сила поставщиков. Конкурентная сила покупателей. Стратегический смысл пяти конкурентных сил. Определение предприятий, которые будут занимать лидирующее положение в отрасли в будущем. Методы анализа внешней среды предприятия.

Тема 6. Анализ стратегического потенциала.

Суть и значение функционального анализа предприятия. Методологические концепции проведения функционального анализа. Анализ организационной структуры и культуры предприятия. Оценка сильных и слабых сторон предприятия. Анализ эффективности действующей стратегии. Учет внешних угроз (опасностей) и возможностей. Конкурентоспособность цен и издержек предприятия. Стратегический анализ издержек и цепочка ценностей. Выбор стратегии для достижения конкурентоспособности по издержкам. Оценка конкурентной силы предприятия. SWOT-анализ как аналитический инструмент стратегического управления. Главные достоинства предприятия. Совершенствование информационной базы для стратегического анализа предприятия.

Тема 7. Стратегии бизнеса.

Общая схема разработки стратегии для стратегического бизнес-центра (СБЦ). Организация процесса стратегического планирования бизнеса. Классификация стратегий по М. Портеру, их характеристика.

Стратегии роста, стабилизации, сокращения и их применение. Стратегии диверсифицированных компаний. Понятие и критерии выделения стратегического бизнес центра (СБЦ). Методы портфельного анализа. Характеристика базовых стратегий. Стратегии низких издержек. Стратегии дифференциации. Установление преимущества по издержкам. Контроль за движением издержек. Структурные и функциональные показатели издержек. Экономия или потери на масштабах производства. Эффект кривой обучения и опыта. Совместное использование возможностей снижения затрат обучения и опыта. Совместное использование возможностей снижения затрат различными производственными единицами внутри предприятия. Преимущества и недостатки стратегии вертикальной интеграции. Преимущества и недостатки первопроходцев. Решение использования производственных мощностей. Совершенствование цепочки ценностей. Защита лидерства по издержкам от

конкурентных сил. Риски стратегии достижения низких издержек. Сферы использования возможностей дифференциации. Достижение конкурентного преимущества, основанного на дифференциации. Риски стратегии дифференциации. Целесообразность использования стратегии фокусирования.

Тема 8. Стратегии диверсификации деятельности предприятия.

Привлекательность и риск стратегии узкой специализации. Критерии для оценки диверсификации. Стратегии вхождения в новые сферы деятельности. Приобретение существующего бизнеса. Создание собственного предприятия в новой отрасли. Создание совместного предприятия. Диверсификация в родственные отрасли. Стратегии диверсификации в несвязанные отрасли. Стратегии продажи и ликвидации бизнеса. Стратегии транснациональной диверсификации. Комбинированные стратегии диверсификации.

4.3. Темы практических занятий

Тема № 1. «Стратегия предприятия: особенности, проблемы, объект, предмет, основное содержание этапов развития»

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы позиции и роль стратегического управления в общей системе менеджмента?

2. В чем заключаются основные причины возникновения стратегического управления?

3. Определите специфические особенности стратегического управления по сравнению с тактическим и оперативным?

4. Какие проблемы организации относятся к сфере стратегического управления?

5. Что понимается под объектом и предметом стратегического управления? Приведите примеры.

6. Каково основное содержание этапов стратегического управления?

7. Перечислите и дайте характеристику функциям стратегического менеджмента?

8. Какие виды стратегического управления известны? В каких условиях применимы?

Приведите примеры.

Индивидуальная работа «Критерии успешной деятельности организации. Выбор стратегических действий».

Интерактивные формы обучения:

Ситуация для анализа «Стратегическое предвидение».

Ситуация для анализа «Необходимость стратегического управления».

Дискуссия на тему «Полезность стратегического менеджмента для организации».

Тема № 2. «Разработка базовых стратегий предприятия»

Вопросы для обсуждения:

1. Чем характеризуются деловые стратегии предприятия? Назовите их цель и особенности.
2. Что является объектом управления при разработке бизнес-стратегии?
3. Назовите базовые стратегии конкуренции.
4. Каковы условия реализации и риски стратегии лидерства в издержках?
5. В чем проявляются преимущества и недостатки стратегии дифференциации?
6. Охарактеризуйте стратегию фокусирования.
7. Каково главное условие применения стратегии раннего выхода на рынок. Охарактеризуйте данную стратегию.
8. В чем заключается преимущество, полученное от применения стратегии синергизма?

Индивидуальная работа «Выбор стратегии в зависимости от условий конкуренции».

Интерактивные формы обучения:

Ситуация для анализа «Фирма ССТР».

Ситуация для анализа «Отель «Солнечный берег»».

Дискуссия на тему «Конкурентоспособность предприятия и выбор бизнес-стратегии».

Тема № 3. «Разработка корпоративных стратегий»

Вопросы для обсуждения:

1. На каком уровне принятия управленческих решений принимается корпоративная стратегия?
2. Что такое интенсивной рост организации в стратегическом менеджменте? Охарактеризуйте стратегии интенсивного роста.
3. Что такое интеграционный рост в стратегическом менеджменте? Охарактеризуйте стратегии интеграции.
4. Что понимается под стратегией диверсификации? Какой принцип лежит в основе классификации стратегий диверсификации? В чем его смысл?
5. Опишите стратегии связанной диверсификации.
6. Охарактеризуйте стратегии несвязанной диверсификации.
7. Что такое корпоративный портфель? Какой корпоративный портфель можно назвать сбалансированным?
8. Для чего необходимо проведение портфельного анализа? Каковы основные этапы его проведения?
9. Какова роль Матрицы БКГ при проведении портфельного анализа?

Интерактивные формы обучения:

Ситуация для анализа «Диверсификация Сургутского газоперерабатывающего завода».

Ситуация для анализа «Интеграция в российском АПК».

Групповая работа: «Анализ стратегических зон хозяйствования по матрице БКГ».

Дискуссия на тему «Факторы выбора корпоративного роста организации».

Тема № 4. «Функциональные стратегии предприятия»

Вопросы для обсуждения:

1. Почему функциональные стратегии называют поддерживающими?

2. Каковы основные функциональные области формирования поддерживающих стратегий?

3. Почему правильное формирование функциональных стратегий предприятия называют «не поднятой целиной» менеджмента организации?

4. Назовите виды функциональных стратегий и охарактеризуйте их.

5. Раскройте содержание понятия «производственная стратегия» предприятия.

6. Какова роль стратегии НИОКР в стратегической иерархии организации?

7. Почему стратегию управления персоналом называют ключевой функциональной стратегией?

8. Каково место и роль маркетинговых стратегий в стратегическом менеджменте?

9. Какова роль финансовой стратегии в менеджменте организации?

Интерактивные формы обучения:

Ситуация для анализа «Пионер российского компьютерного производства — фирма «Аквариус»

«Ситуация для анализа «Маркетинговая стратегия торгового предприятия ООО «Алтар»»

Дискуссия на тему «Необходимость поддерживающих стратегий для различных вариантов развития предприятия»

Промежуточная аттестация:

Тестирование по темам 1-4

Тема № 5. «Миссия и цели организации в стратегическом управлении»

Вопросы для обсуждения:

1. Для чего организации необходимо разрабатывать видение?

2. Чем видение организации отличается от ее миссии?

3. Какова роль миссии в стратегическом управлении?

4. Какие компоненты обычно включаются в формулировку миссии?

5. Какие существуют рекомендации к правильной формулировке миссии?

6. Как взаимосвязаны между собой миссия, цели и стратегии?

7. Каким образом обеспечивается единство миссии, целей и стратегии организации, и их непротиворечивость?

8. Какие методы используются при формировании системы стратегических целей организации?

Индивидуальная работа «Анализ миссии предприятия»

Интерактивные формы обучения:

Ситуация для анализа «Эволюция миссии McDonald's»

Групповая работа «Разработка миссии и системы целей»

Тема № 6. «Стратегический анализ социально-экономической среды предприятия»

Вопросы для обсуждения:

1. Охарактеризуйте структуру внешней среды и ее основные факторы.
2. Опишите методику проведения PEST-анализа. Для каких целей он проводится?
3. Охарактеризуйте Модель конкуренции М. Портера:
4. Что дает организации отраслевой анализ? Дайте характеристику основным этапам его проведения.
5. Что такое барьеры входа в отрасль? Приведите примеры.
6. Опишите влияние движущих сил конкуренции на ситуацию в отрасли.
7. Для чего организации необходимо определять ключевые факторы успеха в отрасли? Как это связано с конкурентоспособностью предприятия?

Индивидуальная работа «Стратегический анализ среды организации».

Интерактивные формы обучения:

Ситуация для анализа «Альянс производителей мороженого»

Ситуация для анализа «Торговая сеть «Пятёрочка»».

Дискуссия на тему «Результаты анализа внешней среды организации и правильный выбор стратегии».

Тема № 7. «Стратегический анализ внутренней среды организации»

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое SWOT-анализ и для чего он нужен?
2. По каким основным направлениям проводится стратегический анализ внутренней среды?
3. Что такое «исключительная компетенция»? Приведите классификацию компетенций организации.
4. Что дает «цепочка ценностей» М. Портера для анализа предприятия? Как она используется для проведения стратегического анализа?

Интерактивные формы обучения:

Ситуация для обсуждения «Можайский молокозавод»

Дискуссия на тему «Результаты анализа внутренней среды организации и правильный выбор стратегии»

Групповая работа «Создание и использование конкурентного преимущества».

Тема № 8. «Стратегические альтернативы предприятия. Выбор стратегии»

Вопросы для обсуждения:

1. Каким образом можно описать процесс формирования стратегических альтернатив?

2. Опишите процесс выбора стратегии. Какие факторы влияют на выбор оптимальной стратегии?

3. Какова процедура оценки рисков? Как определить приемлемый уровень риска?

4. Какие существуют варианты стратегии в зависимости от масштабов деятельности?

5. Какие стратегии применяются на различных этапах жизненного цикла отрасли?

6. Каковы варианты стратегии в зависимости от рыночной позиции предприятия?

7. Индивидуальная работа «Выбор стратегической альтернативы».
Интерактивные формы обучения:

Ситуация для анализа «Радищевская мануфактура»

Ситуация для анализа «Швейная фирма «Космос»»

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

Тема (раздел)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ОФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Стратегия предприятия: понятие, эволюция концепции.	14	20	Учебно- методическое пособие
2	Организация разработки стратегии на предприятии	10	18	Учебно- методическое пособие
3	Установление миссии и целей предприятия.	10	20	Учебно- методическое пособие
4	Стратегический контекст предприятия	12	20	Учебно- методическое пособие
5	Оценка внешней среды предприятия	10	22	Учебно- методическое пособие
6	Анализ стратегического потенциала	10	22	Учебно- методическое пособие
7	Стратегии бизнеса	8	16	Учебно- методическое пособие
8	Стратегии диверсификации деятельности предприятия	9	17	Учебно- методическое пособие

Самостоятельная работа по дисциплине включает в себя: подготовку к опросу на семинарах; темы рефератов.

Методические материалы для выполнения студентами индивидуальных и контрольных работ содержатся в электронном учебно-методическом пособии: Опорный конспект лекций по дисциплине «Стратегия предприятия» 2017 г.

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

6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ОПК-2

способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
методы сбора, анализа и обработки данных; 6.2.1.(12-34)	осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач; 6.2.2.(2-13,20-24,42-45,50-55).	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач 6.2.3.(24-30)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1.(12-34). Умеет, если выполнил 6.2.2.(2-13,20-24,42-45,50-55) Владеет, если выполнил 6.2.3.(24-30).		

Компетенция ОПК-4

способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
методы принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; 6.2.1.(1-12).	находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; 6.2.2.(1,14-19,25-41,46-49).	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; 6.2.3.(1-23).
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1.(1-12). Умеет, если выполнил 6.2.2.(1,14-19,25-41,46-49). Владеет, если выполнил 6.2.3.(1-23).		

Компетенция ПК-2

способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
-экономические и социально-экономические показатели, характеризующие	рассчитывать экономические и социально-экономические показатели,	способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-

деятельность хозяйствующих субъектов; 6.2.1.(12-34)	6.2.2.(2-13,20-24,42-45,50-55).	правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, 6.2.3.(24-30).
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1.(12-34). Умеет, если выполнил 6.2.2.(2-13,20-24,42-45,50-55). Владеет, если выполнил 6.2.3.(24-30).		

Компетенция ПК-11

способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий			
Этапы формирования компетенции			
Знает	Умеет	Владеет	
критерии социально-экономической эффективности, риски и возможные социально-экономические последствия. 6.2.1.(35-60).	оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию. 6.2.2.(1,14-19,25-41,46-49).	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию. 6.2.3.(1-20).	
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания			
Знает, если выполнил 6.2.1.(35-60). Умеет, если выполнил 6.2.2.(1,14-19,25-41,46-49). Владеет, если выполнил 6.2.3.(1-20).			

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1. Экзамен

а) типовые вопросы

1. Предпосылки возникновения стратегического менеджмента.
2. Понятие стратегического управления.
3. Понятие стратегии.
4. Сравнительная характеристика оперативного и стратегического менеджмента.
5. Сущность стратегического управления: цель, принципы, функции, особенности.
6. Составляющие (компоненты) стратегического управления.
7. Этапы процесса стратегического менеджмента.
8. Уровни стратегии и объекты стратегического управления.
9. Понятие и цель деловой (бизнес-) стратегии.
10. Направления достижения конкурентных преимуществ (типы

деловой стратегии предприятия).

11. Базовые стратегии по М. Портеру.
12. Факторы выбора конкурентной стратегии.
13. Стратегия лидерства в издержках: понятие, цель, условия реализации, риски.
14. Стратегия дифференциации: понятие, цель, формы дифференциации, условия реализации, риски.
15. Стратегия фокусирования (концентрации): понятие, цель, направления фокусирования, условия реализации, риски.
16. Стратегия первопроходца (ранний выход на рынок): понятие, цель, условия применения, риски.
17. Стратегия синергизма: понятие, цель, значение.
18. Виды корпоративного роста.
19. Стратегии интенсивного и интеграционного роста.
20. Понятие и преимущества диверсификации.
21. Источники эффекта разнообразия.
22. Целесообразность диверсификации.
23. Виды диверсификации в зависимости от принципа слияния и стратегии диверсификационного роста.
24. Стратегический анализ диверсифицированной компании: портфельный анализ (понятие, цель, этапы проведения).
25. Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ).
26. Матрица Маккензи (McKinney).
27. Понятие сбалансированного корпоративного портфеля.
28. Система функциональных стратегий предприятия: понятие, структура.
29. Виды производственных стратегий.
30. Базовые стратегии НИОКР.
31. Матрица выбора стратегии НИОКР «Темпы роста рынка — Уровень конкурентоспособности».
32. Понятие и сущность финансовой стратегии предприятия.
33. Сущность стратегии управления персоналом.
34. Маркетинговые поддерживающие стратегии.
35. Понятие видения организации и функция формирования видения.
36. Понятие и значение миссии бизнеса.
37. Основные компоненты миссии. Подходы к формированию миссии.
38. Формулирование долгосрочных целей бизнеса: понятие цели, определение долгосрочных целей и их ключевых пространств.
39. Критерии качества целей.
40. Создание сбалансированной системы целей и задач.
41. Иерархия целей: структура, правила построения.
42. Характеристика и цели анализа внешней среды предприятия.

43. PEST-анализ макросреды: цель, структура, порядок проведения.
44. Конкурентный анализ: модель 5 сил конкуренции по М. Портеру.
45. Отраслевой анализ: цели, содержание, результаты.
46. Причины конкурентного давления и возможные стратегические действия в зависимости от типа конкурентной ситуации.
47. Понятие барьеров входа в отрасль.
48. Концепция движущих сил конкуренции.
49. Понятие ключевых факторов успеха.
50. SWOT-анализ: цель, порядок проведения, результаты.
51. Основные направления («срезы») стратегического анализа внутренней среды организации.
52. Понятие исключительной компетенции, классификация уникальных преимуществ.
53. Стратегический анализ издержек на основе «цепочки ценностей» М. Портера.
54. Выбор стратегии. Факторы, оказывающие влияние на выбор стратегии.
55. Оценка приемлемости риска.
56. Варианты стратегии в зависимости от масштабов деятельности.
57. Стратегии на различных этапах жизненного цикла отрасли.
58. Варианты стратегии в зависимости от рыночной позиции предприятия.
59. Основы выполнения стратегии. Организационные изменения.
60. Формирование организационной культуры, соответствующей стратегическим изменениям.

6.2.2. Темы курсовых работ

1. Стратегические направления развития региона на примере Республики Крым.
2. Стратегическая оценка внутреннего потенциала предприятия.
3. Экономическое обоснование производственной стратегии предприятия.
4. Анализ факторов внешней и внутренней среды предприятия.
5. Финансовая стратегия предприятия.
6. Ценовая стратегия предприятия.
7. Стратегия прибыльности предприятия, пути ее совершенствования.
8. Кадровая стратегия предприятия.
9. Экономическая стратегия предприятия.
10. Стратегия лидерства по издержкам.
11. Стратегия диверсификация деятельности предприятия.
12. Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия.
13. Методы анализа стратегии предприятия.
14. Стратегический анализ потребителей предприятия.
15. Стратегии предприятий-лидеров отрасли.
16. Стратегии предприятий-аутсайдеров отрасли.
17. Стратегия предприятия и текущее планирование.
18. Корпоративная стратегия предприятия.

19. Формирование деловой стратегии предприятия.
20. Разработка товарной (продуктовой) стратегии предприятия.
21. Формирование стратегии сбыта на предприятии.
22. Оценка внутреннего потенциала предприятия.
23. Оценка и анализ параметров внешней рыночной среды предприятия.
24. Анализ конкурентного положения предприятия и его стратегия.
25. Организационные условия реализации стратегии предприятия.
26. Особенности разработки и реализации стратегии предприятия.
27. Зарубежный опыт разработки и реализации стратегии предприятия.
28. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз предприятия.
29. Стратегия как элемент перспективного управления предприятием.
30. Стратегия адаптации предприятия к условиям рынка.
31. Разработка стратегической политики компании.
32. Анализ состояния отрасли и конкурентных преимуществ предприятия в ней (на примере отрасли).
33. Особенности выбора стратегии для достижения конкурентоспособности по издержкам.
34. Разработка стратегии, основанной на вертикальной интеграции.
35. Разработка стратегии, основанной на горизонтальной интеграции.
36. Разработка функциональных стратегий.
37. Разработка стратегии на корпоративном уровне.
38. Стратегии малого бизнеса в современных условиях.
39. Формирование модели стратегического планирования.
40. Процесс стратегического планирования.
41. Кадровые стратегии и кадровая политика предприятия.
42. Стратегическое планирование на предприятии.
43. Стратегия совершенствования системы управления персоналом.
44. Ассортиментная стратегия предприятия.
45. Формирование стратегии маркетинга.
46. Организационная структура как объект стратегического управления.
47. Организационная культура предприятия как объект стратегического управления.
48. Формирование стратегии развития бизнеса.
49. Информационное обеспечение стратегического управления на предприятии.
50. Разработка системы материальной поддержки стратегии.
51. Разработка стратегии внешнеэкономической деятельности предприятий.
52. Разработка стратегии использования человеческого потенциала.
53. Разработка стратегии реструктуризации предприятия.
54. Разработка стратегии ресурсосбережения.
55. Стратегический анализ конкурентов предприятия.

6.2.3. Тесты для контроля уровня знаний

1. Завершающий процесс, который осуществляется на стадии стратегического обновления и должен обеспечить качественную обратную связь – это:

- А) стратегия предприятия
- Б) контроль по реализации стратегии
- В) управление стратегией
- Г) аудит

2. Из скольких взаимосвязанных частей состоят задачи менеджера по созданию и реализации стратегии фирмы?

- А) из двух
- Б) из трех
- В) из четырех
- Г) из пяти

3. Миссия компании в общем смысле – это:

- А) то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
- Б) комбинация из запланированных действий и быстрых решений по адаптации к новым достижениям промышленности и новой диспозиции на поле конкурентной борьбы
- В) разработка направлений деятельности и прогресса компании.
- Г) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.

4. Кто из руководства фирмы является самым влиятельным и ответственным менеджером по стратегии?

- А) генеральный директор
- Б) главный бухгалтер
- В) исполнительный директор
- Г) вице — президент

5. К широкой площади конкуренции относят:

- А) лидерство в затратах
- Б) концентрация на затратах
- В) диверсификация
- Г) концентрация на реорганизации

6. Симбиоз интуиции и профессионализма высшего руководства и заинтересованности всех работников в достижении целей – это...

- А) стратегия предприятия
- Б) контроль по реализации стратегии
- В) управление стратегией
- Г) разработка стратегии

7. Стратегия процесса – это:

- А) использование персонала, поставки и планирование складов будут зависеть от стратегии расположения
- Б) возможности процесса, которые доступны для производства товара
- В) интегральная и дорогостоящая часть проекта всей системы
- Г) решение по производственным затратам, качеству и человеческим ресурсам

8. Основное предназначение операционной стратегии:

- А) для каждого функционального направления определенной сферы деятельности
- Б) для каждого отдельного вида деятельности компании
- В) для основных структурных единиц: заводов, торговых региональных представителей
- Г) для учреждений и охвата их операций в целом

9. Какой курс отсутствует на одноотраслевых предприятиях?

- А) корпоративный
- Б) деловой
- В) функциональный
- Г) операционный

10. Бизнес-стратегия представляет собой:

- А) Симбиоз интуиции и профессионализма высшего руководства и заинтересованности всех работников в достижении целей
- Б) то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
- В) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.
- Г) план управления отдельной сферой деятельности компании

11. Деловая стратегия представляет собой:

- А) процесс установления и укрепления долгосрочной конкурентоспособной позиции компании на конкретном рынке
- Б) то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
- В) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.
- Г) план управления отдельной сферой деятельности компании

12. Функциональная стратегия представляет собой:

- А) процесс установления и укрепления долгосрочной конкурентоспособной позиции компании на конкретном рынке
- Б) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.
- В) план управления отдельной сферой деятельности компании
- Г) нет верного ответа

13. Главная ответственность за формирование функциональной стратегии обычно возлагается на:

- А) генерального директора
- Б) главного бухгалтера

- В) руководителей подразделений
- Г) вице — президентов

14. ... — это программа практических мероприятий и действий, тогда как анализ стратегии предприятия имеет целенаправленный, исследовательский характер

- А) демпинг
- Б) планирование
- В) стратегия
- Г) SWOT – анализ

15. ... — это совокупность управленческих действий, направленных на повышение эффективности операционной, инвестиционной, финансовой и других видов деятельности предприятия

- А) контроллинг
- Б) планирование
- В) экономическая стратегия
- Г) стратегический подход

16. Вопрос «Подходит ли компании действующая стратегия» относят к:

- А) макро среде
- Б) микросреде
- В) обоим
- Г) ни одной

17. К типовым характеристикам, которые дифференцируют предприятие в отрасли, не имеет отношение:

- А) соотношение цена / качество
- Б) степень вертикальной интеграции
- В) конъюнктуру
- Г) ассортимент

18. Быть лидером отрасли, стать лидером отрасли, быть в группе лидеров, переместиться в лидирующую группу – все это относят к стадии:

- А) оценки масштаба конкуренции
- Б) конкурентному положению
- В) характеру действий
- Г) оценки стратегических намерений

19. К ключевому факторам успеха, основанному на маркетинге, относят:

- А) быструю доставку
- Б) высокое качество производимых товаров
- В) владение секретами производства
- Г) доступ к финансовому капиталу

20. Такой фактор успеха, как местонахождение сырья, коммуникации, относят к отрасли:

- А) строительной
- Б) нефтегазовой
- В) фармацевтической
- Г) экологической

21. К политическому фактору, который рассматривается в ходе Pest-анализа, относят:

- А) общие проблемы налогообложения
- Б) текущее законодательство на рынке
- В) обменные курсы валют
- Г) демография

22. К социокультурным тенденциям, которые рассматриваются в ходе Pest-анализа, относят:

- А) влияние государства в отрасли
- Б) потребности конечного потребителя
- В) финансирование исследований
- Г) базовые ценности

23. К технологическим инновациям, которые рассматриваются в ходе Pest-анализа, относят:

- А) производственная емкость, уровень
- Б) тенденции способа жизни
- В) модели поведения покупателей
- Г) сезонность

24. Набор мер, позволяющих делать выводы о несоответствии внутренней среды маркетинга внешнего окружения или о внутренних несоответствиях – это:

- А) SWOT – анализ
- Б) Pest — анализа
- В) Gap – анализ
- Г) нет правильного ответа

25. К «пяти силам Портера» относят:

- А) угрозы появления новых конкурентов
- Б) угрозы появления товаров и услуг — заменителей
- В) способности поставщиков торговаться
- Г) все ответы правильные

26. Высокую научно-техническую квалификацию персонала, проектную (матричную) структура управления – относят к ...

- А) преимуществам внедрения нововведений
- Б) необходимым рыночным условиям
- В) требованиям к организации производства
- Г) дестабилизирующим факторам

27. «Вход» в отрасль и «выход» из нее не представляет трудностей – фактор, который относят к ... немедленного реагирования на потребность рынка

- А) преимуществам
- Б) необходимым рыночным условиям
- В) требованиям к организации производства
- Г) дестабилизирующим факторам

28. Падение потребительского спроса порождает острую конкуренцию за долю на рынке – данный фактор относят к стадии:

- А) возникновения
- Б) роста
- В) зрелости
- Г) стагнации

29. Работать тщательно и без перебоев, чтобы снизить уровень расходов – данный фактор относят к стадии:

- А) возникновения
- Б) роста
- В) зрелости
- Г) стагнации

30. ... — это стратегия, которая описывает общее направление роста предприятия, развития его производственно-сбытовой деятельности.

- А) деловая стратегия
- Б) портфельная стратегия
- В) оперативная стратегия
- Г) бизнес-стратегия

КЛЮЧ К ТЕСТУ:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
б	г	а	в	а	г	б	в	а	г	а	а	в	б	в

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
б	в	г	а	б	б	г	а	в	г	в	б	в	в	г

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

а) основная учебная литература:

1. Антонов, Г.Д. Стратегическое управление организацией: учеб. пособ./ Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В. М. Тумин. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 239 с. - (Высшее образование.Бакалавриат)
2. Кузьминов А.В. Стратегия предприятия [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / А.В. Кузьминов. — Электрон. текстовые данные. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2017. — 168 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73284.html>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Экономика и управление на предприятии [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ А.П. Агарков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 400 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24842>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

б) дополнительная учебная литература: Нормативно-правовая литература:

1. Моисеенко, Д. Д. Стратегия предприятия: Планы семинарских и практических занятий/ Д. Д. Моисеенко. - Симферополь: АНО "ООВО" "УЭУ", 2018. - 49 с. .эр.
2. Пироженко, О.Ю. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Стратегия предприятия».-/ О.Ю. Пироженко. – Симферополь: УЭУ, 2014. – 30 с.

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

www.dis.ru
www.marketing.spb.ru
www.cfin.ru
www.marketingmix.ru

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 (модулю), 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 (модулю)

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.