



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»  
Институт социальных наук  
Кафедра культурологии и управления социальными процессами

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института,  
доц. И.А. Журавлёва



«17» апреля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

### **Б1.В.16 Стратегический менеджмент**

Направление подготовки: **38.03.02 Менеджмент**

Профиль подготовки: «**Менеджмент**»

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Форма обучения: **очная**

*(с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*

Согласовано с УМК ИСН ИГУ,  
Протокол № 8 от 17 апреля 2024 г.  
Председатель УМК, профессор

Т.И. Грабельных

Рекомендовано кафедрой культурологии и  
управления социальными процессами, про-  
токол № 8 от 17 апреля 2024 г.

Зав. кафедрой

Н.В. Грицких

**Иркутск 2024**

## Содержание

I. Цели и задачи дисциплины	3
II. Место дисциплины в структуре ОПОП.	3
III. Требования к результатам освоения дисциплины	3
IV. Содержание и структура дисциплины	
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	5
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
4.3 Содержание учебного материала	9
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	12
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	18
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	18
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	24
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	24
а) перечень литературы	25
б) периодические издания	25
в) список авторских методических разработок	25
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины	27
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	27
6.2. Программное обеспечение	27
6.3. Технические и электронные средства обучения	28
VII. Образовательные технологии	29
VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	30

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа учебной дисциплины Б1.В.16 Стратегический менеджмент составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 970 (зарегистрирован в Минюсте РФ 25.08.2020, регистрационный номер 59449).

*Цель:* является формирование у бакалавров комплекса профессиональных компетенций бакалавра по профилю подготовки «Менеджмент».

Задачей изучения дисциплины являются:

- формирование системы знаний и устойчивых представлений о сущности и структуре учебной дисциплины;
- формирование представлений об особенностях стратегического управления предприятием или организацией в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды;
- выработка умения формулировать миссию и цели предприятия на основе стратегического анализа;
- изучение возможных вариантов стратегий; изучение методов разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии предприятия или организации;
- формирование практических навыков разработки мероприятий по реализации стратегии с учетом возможности сопротивления изменениям и изучение методов стратегического контроля и методов разработки систем контроля реализации стратегии.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина Б1.В.16 Стратегический менеджмент относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент». Изучается в 7-м семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Менеджмент», «Маркетинг», «Управление человеческими ресурсами».

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Менеджмент организации: экономика и управление», «Основы предпринимательства: организация малого и среднего бизнеса».

## **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент».

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
Тип задач: организационно-управленческий		
<p><i>ПК-2.</i> Готовит предложения для разработки стратегии развития организации, планирования маркетинговой и рекламной деятельности</p>	<p><i>ИДК<sub>ПК</sub> 2.1</i> Разрабатывает план развития по направлению деятельности и бизнес-план организации</p>	<p>Знать: методы проектирования организационных структур; бизнес-план; Уметь: выстраивать систему стратегического управления; Владеть: навыками бизнес-планирования в организации.</p>
	<p><i>ИДК<sub>ПК</sub> 2.3</i> Разрабатывает предложения по стратегии развития организации</p>	<p>Знать: виды стратегий развития организации; Уметь: составлять планы по разработке стратегии развития организации с обоснованием маркетинговых и рекламных элементов ее внедрения; Владеть: навыками внедрения разработанных стратегий в практику организации и определения экономической эффективности внедрения стратегий.</p>

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

**Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов,**

**в том числе 0.8 зачетная единица, 27 часов на экзамен.**

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 36 часов

Из них 0 часов – практическая подготовка.

**Форма промежуточной аттестации: экзамен (7 семестр).**

##### 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, практическую подготовку и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная Работа	
					Лекции	Практические занятия	Консультации, КСР/КО		
1.	<b>1. Роль стратегического менеджмента в управлении организацией</b> Тема 1.1. Введение в стратегический менеджмент Тема 1.2. Методологические основы стратегического менеджмента Тема 1.3. Анализ функций специалистов по стратегическому менеджменту и полномочий органов управления организации, принимающих стратегические решения	7	29		6	6	1/2	20	Устный опрос. Тест. Доклад
2.	<b>2. Стратегический анализ и корпора-</b>	7	38		8	6	2/2	20	Устный опрос.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, практическую подготовку и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
	<b>тивны стратегии организации</b> Тема 2.1. Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала организации Тема 2.2. Стратегический анализ внешней среды организации Тема 2.3. Виды и характеристика корпоративных стратегий развития организации								Тест, рефераты, доклады.
3	<b>3. Конкуренция и конкурентные стратегии</b> Тема 3.1. Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в отраслях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Тема 3.2. Риск входа потенциальных конкурентов. Тема 3.3. Методы матричного анализа стратегического портфеля бизнеса	7	36		8	4	2/2	20	Устный опрос. Тест, рефераты, доклады.
4	<b>4. Планирование и контроль стратегий</b> Тема 4.1 Типы стратегий бизнеса Тема 4.2 Особенности стратегий крупных и средних фирм	7	40		8	8	2/2	20	Устный опрос. Тест, рефераты, доклады. Деловая игра

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, практическую подготовку и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
	Тема 4.3 Реализация стратегии.								«Выбор стратегии организации»
5	<b>5. Мировые тенденции стратегического менеджмента</b> Тема 5.1 Интернационализация и глобализация как основные тенденции развития бизнеса. Тема 5.2 Международная компании. Тема 5.3 Организационные структуры концернов и компаний в международной практике. Тема 5.4 Современные тенденции стратегического менеджмента.	7	27		6	12	1/2	16	Устный опрос. Тест, рефераты, доклады.
	Консультация	7	3						
	Контактные часы	7	93						
	Экзамен	7	27						Экзамен
<b>Итого часов</b>			<b>216</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	<b>8/10</b>	<b>96</b>	<b>27</b>

#### 4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
7	1. Роль стратегического менеджмента в управлении организацией	Подготовка к практическому занятию, изучение литературы	1-3 неделя	20	Собеседование по теме, выступление с сообщениями	Основная [1-3] Дополнительная [4-8]
7	2. Стратегический анализ и корпоративные стратегии организации	Подготовка к практическому занятию, изучение литературы	4-6 неделя	20	Собеседование по теме, выступление с сообщениями	Основная [1-3] Дополнительная [4-8]
7	3. Конкуренция и конкурентные стратегии	Подготовка к практическому занятию, изучение литературы	7-9 неделя	20	Собеседование по теме, выступление с сообщениями	Основная [1-3] Дополнительная [4-8]
7	4. Планирование и контроль стратегий	Подготовка к практическому занятию, изучение литературы	10-12 неделя	20	Собеседование по теме, выступление с сообщениями	Основная [1-3] Дополнительная [4-8]
7	5. Мировые тенденции стратегического менеджмента	Подготовка к практическому занятию, изучение литературы	13-16 неделя	16	Собеседование по теме, выступление с сообщениями	Основная [1-3] Дополнительная [4-8]
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				<b>96</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				-	-	-



### 4.3. Содержание учебного материала

#### **Раздел 1. Роль стратегического менеджмента в управлении организацией**

##### *Тема 1.1. Введение в стратегический менеджмент*

Исторические предпосылки возникновения стратегического менеджмента и этапы его развития. Сущность характеристики стратегического менеджмента. Предмет и основные задачи курса стратегического менеджмента.

##### *Тема 1.2. Методологические основы стратегического менеджмента*

Понятие стратегического управления. Характеристики оперативного и стратегического управления. Функции стратегического управления. Определение сущности стратегического управления. Особенности стратегических решений. Составляющие стратегического управления.

Особенности построения системы стратегического управления организацией и бизнесом. Первоначальная концепция стратегического управления. Взаимосвязь между стилями поведения и видами управления.

Основные этапы стратегического управления фирмы. Сравнительные характеристики систем управления факторы стратегического управления. Стратегическое управление как процесс. Целеполагание в процессе разработки стратегии. Основные этапы стратегического управления фирмы. Мотивация, координация и контроль в процессе в стратегическом менеджменте. Проблемы и перспективы использования стратегического управления в отечественных условиях. Проблемы стратегического управления. Переход к стратегическому управлению.

##### *Тема 1.3. Система стратегического управления*

Характеристика конкурентных стратегий бизнеса и стратегия предприятия. Структура стратегического менеджмента (инфраструктура). Миссия и цели организации. Видение организации. Виды стратегий организации. Алгоритм выявления стратегических задач. Виды организационных структур, их проектирование в зависимости от поставленных задач.

Действия предприятия при слабых сигналах о возникновении проблем. Управление в условиях стратегических неожиданностей. Принципы стратегического управления. Инновационная стратегия. Инвестиционная стратегия. Роль стратегического маркетинга в стратегическом менеджменте. Назначение стратегии диверсификации фирмы. Менеджеры среднего звена управления. Бизнес-план организации.

#### **Раздел 2. Стратегический анализ и корпоративные стратегии организации**

##### *Тема 2.1. Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала организации*

Структура стратегического потенциала организации. Сущность конкурентных преимуществ. Место и содержание отраслевого и конкурентного анализа. Анализ конкурентных сил, действующих на компанию, фирму.

Анализа внутренней среды. Анализ сильных и слабых сторон предприятия. Оценка сильных и слабых сторон. Анализ сильных и слабых сторон предприятия в сфере производства. Осязаемые ресурсы.

Конкуренция и конкурентные преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Стратегия создания конкурентных преимуществ.

Стратегический анализ издержек и «цепочка ценностей». Анализ «цепочки ценностей». Понятия «ценность товара» и «цепочка ценностей по М. Портеру. Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации. Сущность SWOT-анализа. SWOT-анализ компании, отрасли. Анализ финансовых и производственных показателей. Анализ места предприятия в

конкурентной среде. Оценка бизнеса и компании. Анализ сегментов рынка. Сегментация стратегических зон хозяйствования.

#### *Тема 2.2. Стратегический анализ внешней среды организации*

Характеристика и цели анализа внешней среды предприятия. Основные факторы внешней среды, влияющие на стратегическое развитие организации. Цели внешнего анализа. Факторы внешней среды. Поиск и анализ стратегических альтернатив развития организации. Pest-анализ микросреды предприятия. Цель Pest-анализа. Порядок проведения pest-анализа.

Результаты анализа внешних стратегических факторов.

Стратегический анализ привлекательности отрасли и инвестиционной привлекательности организации. Анализ общей ситуации и конкуренции в отрасли. Цель и содержание отраслевого анализа. Стадии анализа отрасли. Определение экономических характеристик отраслевого окружения. Оценка степени конкуренции. Экономические возможности и торговые способности поставщиков.

Модель пяти сил конкуренции. Экономические возможности покупателей. Движущие силы конкуренции. Концепция движущих сил конкуренции. Ключевые факторы успеха.

Анализ рынка рабочей силы. Фаза спада жизненного цикла отрасли и особенности динамики стагнирующих отраслей. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы нарастания кризисного развития организации.

Структурные факторы конкуренции на этапе спада отрасли. Барьеры выхода из отрасли в период её спада. Важнейшие особенности, конкурентные преимущества и стратегические проблемы стагнирующих отраслей.

Особенности стратегического управления компаниями в отраслях, переживающих спад. Стратегические альтернативы конкурентного поведения компаний в период отраслевого спада в стране.

#### *Тема 2.3. Виды и характеристика корпоративных стратегий организации*

Управление жизненным циклом товара (ЖЦТ). Стратегии ценообразования. Роль и оценка преимуществ. Понятие и преимущества диверсификации. Основным преимуществом диверсификации. Целесообразность диверсификации.

Стратегии диверсификации. Виды диверсификации. Вертикальная интеграция. Горизонтальная интеграция.

Особенности стратегий крупных компаний и средних фирм. Стратегия развития фирм малого бизнеса. Стратегический анализ привлекательности отрасли и инвестиционной привлекательности организации. Структура анализа отрасли. Основные показатели, характеризующие отрасль. Конкуренция в отрасли.

### **Раздел 3. Конкуренция и конкурентные стратегии**

*Тема 3.1. Особенности формирования и реализации конкурентных стратегий бизнеса в отраслях, находящихся на различных стадиях жизненного цикла*

Классификация стратегий организации. Основные стратегии развития бизнеса. Ограниченный рост. Конкретные стратегии концентрированного роста. Стратегия ликвидации. Комбинированная стратегия. Определение стратегии предприятия. Наступательная и оборонительная стратегии.

Выбор и оценка стратегии предприятия. Роль корпоративной стратегии в стратегическом менеджменте. Делегирование полномочий руководителя в ходе планирования и осуществления стратегий. Личная ответственность руководителя за разработку и внедрение стратегий.

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

#### *Тема 3.2. Риск входа потенциальных конкурентов*

Пять конкурентных сил М. Портера. Анализ целей и стратегий непосредственных конкурентов. Анализ конкурентных позиций компании. Сильные конкурентные позиции.

Конкурентные стратегии лидерства в низких издержках. Конкурентные стратегии дифференциации. Конкурентные стратегии фокусирования (узкой специализации).

#### *Тема 3.3. Методы матричного анализа стратегического портфеля бизнеса*

Стратегические хозяйственные единицы (СХЕ) – бизнес-единицы. Цели и основные этапы портфельного анализа. Портфель предприятия. Цель портфельного анализа. Стратегическая единица бизнеса и портфель предприятия. Матрица БКГ и Матрица Me Kinsey.

### **Раздел 4. Планирование и контроль стратегий**

#### *Тема 4.1 Типы стратегий бизнеса*

Стратегии позиционирования товара на целевом рынке. Стратегии концентрированного роста. Стратегии интегрированного роста (стратегии бизнеса). Стратегии диверсифицированного роста. Стратегии целенаправленного сокращения. Стратегия развития торгового предприятия. Матрица «Товар-рынок»

#### *Тема 4.2 Особенности стратегий крупных и средних фирм*

Стратегии крупных фирм. Средние фирмы. Рыночная ниша. Стратегии развития фирм малого бизнеса. Франчайзинг.

Маркетинговые функциональные стратегии управления жизненным циклом товара. Маркетинговые функциональные стратегии управления товародвижения. Маркетинговые функциональные стратегии ценообразования. Маркетинговые функциональные стратегии воздействия на потребителей.

#### *Тема 4.3 Реализация стратегии.*

Стадии выполнения стратегии. Формирование стратегических альтернатив. Выбор и оценка стратегии предприятия. Разработка и реализация стратегического плана организации. Обоснование маркетинговых возможностей предприятия. Виды планов в зависимости от периодов планирования. Методы проведения стратегических изменений руководством организации и личная ответственность руководителей. Особенности сопротивления стратегическим изменениям организации и формы их преодоления. Области проведения стратегических изменений. Проблемы проведения стратегических изменений и конфликты в организации. Особенности и практика использования стратегического менеджмента на примерах предприятий и организаций. Конфликты в организации. Структурные методы управления конфликтом.

### **Раздел 5. Мировые тенденции стратегического менеджмента**

#### *Тема 5.1 Интернационализация и глобализация как основные тенденции развития бизнеса*

Стратегии проникновения фирмы на международный рынок. Коммуникационные стратегии. Стратегия глобализации.

#### *Тема 5.2 Международные компании.*

Стратегии крупных фирм. Международная корпорация: Транснациональная корпорация (ТНК); Многонациональная корпорация (МНК).

Тема 5.3 Организационные структуры концернов и компаний в международной практике

Реинжиниринг. Матричная (проектная) структура организации при внедрении новых направлений. Френчайзинг. Организация системы контроля в компаниях, работающих на международных рынках.

Тема 5.4 Современные тенденции стратегического менеджмента

Интернационализация и новые тенденции стратегического менеджмента.

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции* (индикаторы)
			Всего часов	Из них практическая подготовка		
1	1.1	Введение в стратегический менеджмент	2		Устный опрос. Тест. Доклад	ПК-2 ИДК нк, 2.1. ИДК нк, 2.3
2	1.2	Методологические основы стратегического менеджмента	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	ПК-2 ИДК нк, 2.1. ИДК нк, 2.3
3	1.3	Система стратегического управления и организационные структуры	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	ПК-2 ИДК нк, 2.1. ИДК нк, 2.3
4	2.1	Стратегический анализ компании, отрасли	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	ПК-2 ИДК нк, 2.1. ИДК нк, 2.3
5	2.2	Управленческий анализ	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	ПК-2 ИДК нк, 2.1. ИДК нк, 2.3
6	2.3	Типы стратегий бизнеса	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	ПК-2 ИДК нк, 2.1. ИДК нк, 2.3
7	3.1	Конкуренция и конкурентные преимущества. Личная ответ-	2		Устный опрос. Тест рефераты,	ИДК нк, 2.1. ИДК нк, 2.3

		ственность руководителя.			доклады.	
8	3.2	Риск входа потенциальных конкурентов	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
9	4.1.	Отраслевые бизнес стратегии. Корпоративные стратегии	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады. Деловая игра	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
10	4.2.	Понятие и преимущества диверсификации	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
11	4.3.	Функциональные стратегии	4		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
12	5.1	Интернационализация и новые тенденции стратегического менеджмента	4		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
13	5.2.	Международные компании	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
14	5.3.	Организационные структуры концернов и компаний в международной практике	4		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
15	5.4.	Современные тенденции стратегического менеджмента	2		Устный опрос. Тест рефераты, доклады.	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
	<b>Итого</b>		<b>36</b>			

*Планы практических занятий*

**Тема 1.1. Введение в стратегический менеджмент**

1. Понятие стратегии.
2. Сущность стратегического менеджмента.
3. Эволюция стратегического менеджмента.

**Тема 1.2. Методологические основы стратегического менеджмента**

1. Стратегическое управление как процесс.
2. Целеполагание в процессе разработки стратегии.

*Доклады:*

- Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.
- Жесткие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
- Мягкие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
- Стратегические бизнес-единицы (хозяйственные подразделения) и стратегические зоны хозяйствования корпоративных структур.

**Тема 1.3. Понятие и система стратегического управления**

1. Структура стратегического менеджмента (инфраструктура).
2. Миссия и цели организации.
3. Понятие управленческой стратегии. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей.
4. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации.
5. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи.
6. Виды организационных структур.
7. Процесс формирования стратегий. Роль руководителя в разработке стратегии.
8. Реализация стратегии. Личная ответственность руководителя за эффективность внедрения стратегии.

*Доклады:*

- 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 2.1. Стратегический анализ компании, отрасли**

1. Анализ сильных и слабых сторон предприятия.
2. Внешняя и внутренняя среда современной компании, отрасли.
3. Стратегический анализ внешней и внутренней среды компании, отрасли.
4. Анализ макроокружения. Анализ микросреды: анализ поставщиков, конкурентов и т.д.

*Доклады:*

- Виды и типы стратегий.
- Содержание стратегии как документа.
- Стратегические решения.
- Стратегическое прогнозирование.

**Тема 2.2 Управленческий анализ.**

1. Анализ рынка рабочей силы.
2. SWOT-анализ компании, отрасли.
3. Стратегическая единица бизнеса и портфель предприятия.
4. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ.
5. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Звезды», «Дойные коровы»,
6. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Собаки», «Знаки вопроса».

7. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя».
8. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Неудачи», «Перманентной посредственности».

*Доклады:*

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

### **Тема 2.3. Типы стратегий бизнеса**

1. Особенности стратегий крупных компаний и средних фирм.
2. Стратегия развития фирм малого бизнеса.
3. Стратегический анализ привлекательности отрасли и инвестиционной привлекательности организации.
4. Структура анализа отрасли.
5. Основные показатели, характеризующие отрасль. Конкуренция в отрасли.

### **Тема 3.1. Конкуренция и конкурентные преимущества**

1. Конкурентоспособность, цепочка ценностей.
2. Сущность конкурентных преимуществ.
3. Место и содержание отраслевого и конкурентного анализа.
4. Анализ конкурентных сил, действующих на компанию, фирму.

*Доклады:*

- Алгоритм оценки конкурентной позиции компании в рыночной экономике.
- Основные виды и типы стратегического конкурентного позиционирования компании.

### **Тема 3.2 Риск входа потенциальных конкурентов.**

1. Пять конкурентных сил М. Портера.
2. Анализ целей и стратегий непосредственных конкурентов.
3. Анализ конкурентных позиций компании.
4. Сильные конкурентные позиции.

*Доклады:*

- Понятие потребительского рынка и основные тенденции его развития.
- Рынок производителей, рынок товарных посредников, рынок потребителей, государственный рынок, международный рынок.
- Функциональное разделение рынка посредников на сегменты: оптовые и розничные посредники.
- Тенденции развития рынка на углубление сегментации внутри отдельных товарных групп.
- Принцип конкуренции для системы предприятий (создание конкурентных преимуществ, оценка деятельности).
- Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов.
- Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования.
- Бизнес-план как форма оперативно-тактического планирования.

**Тема 4.1. Отраслевые бизнес стратегии. Корпоративные стратегии**

1. Область действия корпоративной стратегии.
2. Виды и характеристика корпоративных стратегий организации.
3. Сущность и содержание корпоративной стратегии организации.
4. Роль и оценка преимуществ.
5. Корпоративные стратегии ограниченного и прогрессирующего роста.
6. Корпоративные стратегии интенсивного роста.
7. Корпоративные стратегии интеграционного роста.
8. Корпоративные стратегии диверсификационного роста.
9. Корпоративные стратегии сокращения.

*Доклады:*

- Понятие, виды и типы корпоративных (базовых) стратегий. Понятие и структура портфеля корпоративного образования.
- Финансовый и реальный капитал, рыночные сферы предпринимательской деятельности и организационная структура корпорации.

**Тема 4.2. Понятие и преимущества диверсификации**

1. Стратегия вертикальной и горизонтальной интеграции.
2. Методы матричного анализа стратегического портфеля бизнеса. Матрица БКГ.
3. Портфельная матрица Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.
4. Достоинства и недостатки матрицы McKinsey–GE.
5. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «удержать позицию», «улучшить позицию»,
6. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать».
7. Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл» и ее основные стратегические альтернативы.

*Доклады:*

- История возникновения и специфика применения портфельной матрицы Мак-Кинси (McKinsey–General Electric).
- История возникновения и специфика применения портфельной матрицы направленной политики компании «Шелл».

**Тема 4.3 Понятие и преимущества диверсификации**

1. Интеграция, дифференциация и структуризация корпоративного бизнеса: формы и виды.
2. Формирование стратегических альтернатив. выбор и оценка стратегии предприятия. разработка и реализация стратегического плана организации.
3. Методы проведения стратегических изменений руководством организации. особенности сопротивления стратегическим изменениям организации и формы их преодоления.
4. Стратегическое управления производственным потенциалом компании: сущность, виды, типы, особенности.
5. Производственные функциональные стратегии размещения и специализации производства:
6. Производственные ресурсные функциональные стратегии: привлечения ресурсов, сохранения ресурсов.
7. Производственные функциональные стратегии прибыли.
8. Производственные функциональные стратегии качества.

*Доклады:*



- Стратегии управления технологическим развитием производства компании.
- Стратегии управления НИОКР компании.
- Особенности и практика использования стратегического менеджмента на примерах предприятий и организаций.

**Тема 5.1. Интернационализация и новые тенденции стратегического менеджмента**

1. Интернационализация и глобализация как основные тенденции развития бизнеса.
2. Мотивация и этапы интернационализации.
3. Характерные признаки «международности» компаний.

**Тема 5.2. Международная компания**

1. Международная корпорация: Транснациональная корпорация (ТНК);
2. Многонациональная корпорация (МНК).

Доклады:

- Виолентные (силовые) стратегии доминирования на обширных рынках крупных фирм («слонов»).
- Пациентные (нишевые) стратегии доминирования различных компаний с узкой специализацией («лис»).
- Коммутантные (приспособленческие) стратегии мелких фирм («серых мышей»), направленные на производство неспециализированной часто меняющейся продукции.
- Эксплерентные (пионерные) стратегии быстро растущих малых и средних фирм («ласточек»), осваивающих новую продукцию.

**Тема 5.3. Организационные структуры концернов и компаний в международной практике**

1. Международная организация компаний.
2. Организация системы контроля в компаниях, работающих на международных рынках.
3. Матричная (проектная) структура организации.

Доклады:

- Понятие и сущность анализа позиционного поведения компании в рыночной экономике.
- Виды, типы и общая характеристика конкурентных позиций.
- Наступательные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
- Оборонительные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
- Смешанные стратегические позиции компании.

**Тема 5.4. Современные тенденции стратегического менеджмента**

1. Стратегии привлечения финансовых средств.
2. Стратегии финансовых инвестиций.
3. Стратегии управления дебиторской и кредиторской задолженностью.
4. Стратегии управления издержками.
5. Стратегии выплаты дивидендов.
6. Стратегии защиты от финансовых рисков.

Доклады:

- Стратегии управления текущими финансовыми операциями и обеспечения финансовой устойчивости фирмы: специфика и формы.
- Стратегии управления долгосрочными финансовыми операциями: специфика и формы.
- Стратегическое финансовое планирование как специфическая форма функции планирования организации.

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ пп/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	1. Роль стратегического менеджмента в управлении организацией	Ответы на вопросы для самоконтроля знаний по теме занятия, подготовиться к тесту	ПК-2	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
2	2. Стратегический анализ и корпоративные стратегии организации	Ответы на вопросы для самоконтроля знаний по теме занятия, подготовиться к тесту	ПК-2	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
3	3. Конкуренция и конкурентные стратегии	Ответы на вопросы для самоконтроля знаний по теме занятия, тесту	ПК-2	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
4	4. Планирование и контроль стратегий	Ответы на вопросы для самоконтроля знаний по теме занятия, подготовиться к тесту	ПК-2	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>
5	5. Мировые тенденции стратегического менеджмента	Ответы на вопросы для самоконтроля знаний по теме занятия, подготовиться к тесту	ПК-2	<i>ИДК пк, 2.1. ИДК пк, 2.3</i>

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

##### *Общие рекомендации*

В основе самостоятельной работы студентов лежат принципы: самостоятельности, развивающее творческой направленности, целевого планирования, личностно-деятельностного подхода. Цель самостоятельной работы студентов заключается в глубоком, полном усвоении учебного материала после прослушивания лекции и в развитии навыков самообразования. В целом разумное сочетание самостоятельной работы с иными видами учебной деятельности позволяет реализовать три основных компонента академического образования:

- 1) познавательный, который заключается в усвоении студентами необходимой суммы знаний по избранной специальности, а также способности самостоятельно их пополнять;
- 2) развивающий, то есть выработка навыков аналитического и логического мышления, способности профессионально оценить ситуацию и найти правильное решение;
- 3) воспитательный – формирование профессионального сознания, мировоззренческих установок, связанных не только с выбранной ими специальностью, но и с общим уровнем развития личности.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;

- формирования умений использовать справочную литературу;
- развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

#### *Работа над текстом лекций*

Рекомендации по работе над текстами лекции сводятся к конкретным советам, например, на обороте обложки тетради записывается фамилия, имя, отчество преподавателя, его ученая степень и ученое звание. Рекомендуется вести записи на одной стороне листа, оставляя вторую сторону для размышлений, разборов, вопросов, ответов на них, для фиксирования деталей темы или связанных с ней фактов, которые припоминаются самим студентом в ходе слушания. Иногда для этого оставляются лишь широкие поля.

Студентам, по мнению опытных преподавателей, не следует много и подробно записывать на лекции «все подряд». В свою очередь, многие преподаватели диктуют основные положения своей лекции – определения, отличающиеся от приводимых в учебниках, выводы, параметры, критерии, аксиомы, постулаты, парадоксы, парадигмы, концепции, ситуации, факты-маяки, а также мысли-маяки (ими часто являются остроумные изречения) и др. На первых лекциях стоит специально упражняться в использовании полей: фиксировать вопросы, вызывающие личный интерес, варианты ответов на них, сомнения, проблемы, спорные положения – т.е., превратить тетрадные поля в поля размышлений, бесед с собой, диалогов с товарищами, с преподавателем.

Запись лекций ведется в произвольной форме. Это может быть стиль учебной программы (назывные предложения); некоторые студенты важнейшие мысли выделяют цветными фломастерами или применяют боковые «фонарики», выделяющие подтемы. Самим слушателям важно стремиться к специальной – предметной – интерпретации сообщаемых общих знаний. Предполагаются и систематические возвращения к предыдущим текстам.

Прослушивание лекций – сложный вид интеллектуальной деятельности, успех которой обусловлен, во-первых, общим «умением слушать», во-вторых, стремлением воспринимать материал (воспринимать осмысленно, а не механически), нужное записывая в тетрадь. Запись лекции помогает сосредоточить внимание на главном, в ходе самой лекции продумать и осмыслить услышанное, осознать план и логику изложения материала преподавателем. Такая работа нередко, особенно поначалу, вызывает трудности у студентов: некоторые стремятся записывать все дословно, другие пишут отрывочно, у третьих запись получается хаотическая. Чтобы избежать этих ошибок, целесообразно придерживаться ряда правил:

1. После записи ориентирующих и направляющих внимание данных (тема, цель, план лекции, рекомендованная литература) важно попытаться проследить, как они раскрываются в содержании, подкрепляются формулировками, доказательствами, а затем и выводами.
2. Записывать следует основные положения и доказывающие их аргументы, наиболее яркие примеры и факты, поставленные преподавателем вопросы для самостоятельной проработки.
3. Стремиться к четкости записи, ее последовательности, выделяя темы, подтемы, вопросы и подвопросы, используя цифровую и буквенную нумерацию (римские и арабские цифры, большие и малые буквы), красные строки, выделение абзацев, подчеркивание главного и т.д.

Запись лекции лучше вести в сжатой форме, короткими и четкими фразами. Каждому студенту полезно выработать свою систему сокращений, в которой он мог бы разобраться легко и безошибочно. Даже отлично записанная лекция предполагает дальнейшую самостоятельную работу над ней (глубокое осмысление ее содержания, логической структуры, выводов). Особен-

но важно в процессе самостоятельной работы над лекцией выделить новый понятийный аппарат, уяснить суть новых понятий, при необходимости обратиться к словарям и другим источникам, заодно устранив неточности в записях.

Работа над лекцией стимулирует самостоятельный поиск ответов на самые различные вопросы: над какими понятиями следует поработать, какие обобщения сделать, какой дополнительный материал привлечь.

Основные этапы работы над обобщающей лекцией предполагает ответы на такие вопросы:

- над какими понятиями следует поработать;
- какие обобщения выявить (обобщение – это мысленное объединение предметов и явлений по их общим и существенным признакам);
- какой учебный материал и как систематизировать;
- какие общие закономерности и принципы удалось выявить;
- какими материалами следует дополнить текст;
- как и по каким параметрам можно провести сравнительный анализ материалов обобщающих лекций.

Система работы над материалами обобщающих лекций входит и в выполнение определенных заданий по тексту лекций.

Задания можно разделить на три уровня.

1. Задания репродуктивного уровня (составить развернутый план обобщающей лекции, составить тезисы по материалам лекции).
2. Задания продуктивного уровня (ответить на вопросы проблемного характера, составить опорный конспект по схеме, выявить основные тенденции развития проблемы).
3. Задания творческого уровня (составить проверочные тесты по теме, защитить реферат и графические темы по данной проблеме).

#### *Особенности подготовки студентов к практическому занятию*

Практическое занятие – один из основных видов учебных практических занятий, состоящий в обсуждении студентами предложенной заранее темы, а также сообщений, докладов, рефератов, выполненных ими по результатам учебных исследований.

Ценность практического занятия как формы обучения состоит в следующем:

- появляется возможность не просто слушать, но и говорить, что способствует усвоению материала: подготовленное выступление, высказанное дополнение или вывод «включают» дополнительные механизмы памяти;
- происходит углубление знаний за счет того, что вопросы рассматриваются на более высоком, методологическом, уровне или через их проблемную постановку;
- немаловажную роль играет обмен знаниями (нередко при подготовке к семинару студентам удается найти исключительно интересные и познавательные сюжеты, что расширяет кругозор всей группы).

#### *Работа с учебно-методической литературой и первоисточниками*

Студент должен уметь работать с библиотечным каталогом, чтобы найти нужную литературу, а также работать с текстом, чтобы максимально эффективно усвоить заключенную в нем информацию. Поиск необходимой учебно-методической литературы может облегчить список рекомендуемой литературы, приводимый в учебной программе. В настоящее время издается достаточно большое количество учебных пособий по социологии, поэтому студенты не ограничиваются данными списками и могут использовать при подготовке по курсу другой учебный материал.

Основу самостоятельной работы студентов составляет систематическое, целеустремленное и вдумчивое чтение рекомендованной литературы. Без овладения навыками работы над книгой, формирования в себе стремления и привычки получать новые знания из книг невозможна подготовка настоящего профессионала ни в одной области деятельности

Читать необходимо то, что рекомендуется к каждой теме учебной программой, планами семинарских занятий, другими учебно-методическими материалами, а также преподавателями. В учебных программах, планах семинарских занятий, в тематике курсовых работ вся рекомендуемая литература обычно подразделяется на основную и дополнительную

К основной литературе относится тот минимум источников, который необходим для полного и твердого освоения учебного материала (первоисточники, учебники, учебные пособия).

Дополнительная литература рекомендуется для более углубленного изучения программного материала, расширения кругозора студента. Изучение ее необходимо, в частности, при освещении ряда новых актуальных, дискуссионных вопросов, которые еще не вошли в учебники и учебные пособия. Всячески приветствуется и служит показателем активности студента самостоятельный поиск литературы.

Читать литературу нужно систематически, по плану, не урывками, правильно распределяя время. Способ чтения определяется его целью. Одна книга берется в руки для того, чтобы узнать, о чем в ней говорится, другая – чтобы ее изучить полностью, третья – чтобы найти в ней ответ на поставленный вопрос, четвертая – чтобы взять из нее фактические данные.

### *Творческая деятельность*

Самостоятельная работа включает также подготовку письменных или устных творческих работ. Приобретенные таким образом навыки могут принести пользу при написании курсовых и дипломных работ. Творческая работа – это самостоятельный труд студента, где он показывает свои знания, умение работать с материалом и способность мыслить.

Творческая форма включает такие формы работы, как:

- индивидуальное занятие (домашние занятия) с выражением собственной позиции, важный элемент в работе студента по расширению и закреплению знаний;
- грамотно работать с информацией, делать необходимые обобщения, выводы, устанавливать закономерности, анализировать;
- самостоятельно критически мыслить, уметь видеть возникающие проблемы, быть способным выдвигать новые идеи, логически мыслить;
- самостоятельно работать над развитием собственной нравственности, интеллекта, культурного уровня.

Тему творческой работы (реферата, эссе, проблемной статьи, устного сообщения) студент выбирает самостоятельно, либо по рекомендации преподавателя.

### *Рекомендации по подготовке реферата*

Значение рефератов состоит в том, что в процессе их выполнения студент не только закрепляет, но и углубляет полученные теоретические знания. Рефераты являются важной частью самостоятельной работы студентов. Опыт и знания, полученные студентами на этом этапе обучения, во многом могут быть использованы для подготовки курсовой работы и дипломной работы.

К реферату как первому самостоятельному исследованию в области менеджмента, предъявляются следующие требования:

- реферат должен быть написан самостоятельно на достаточно высоком теоретическом уровне с привлечением законодательных, нормативных и др. документов;

- работа должна отличаться критическим подходом к действующей методологической базе менеджмента, заканчиваться выводами и предложениями, направленными на улучшение управления предприятием;
- работа должна быть написана четким и грамотным языком и правильно оформлена, т.е. должна иметь титульный лист, оглавление, нумерацию страниц, поля для замечаний руководителя, а в конце работы должен содержаться список использованной литературы.

Подготовка реферата включает следующие этапы:

- выбор темы;
- подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме;
- составление предварительного варианта плана;
- изучение отобранных литературных источников;
- составление окончательного варианта плана;
- сбор и обработка фактических данных на основе статистической информации, публикаций в специальной литературе, а также их систематизация и обобщение;
- написание текста реферата;
- его доклад.

#### *Рекомендации по подготовке сообщения (доклада)*

Этапы подготовки доклада:

1. Определение цели доклада.
2. Подбор нужного материала, определяющего содержание доклада.
3. Составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.

Общее знакомство с литературой и выделение среди источников главного.

Уточнение плана, отбор материала к каждому пункту плана.

Композиционное оформление доклада – это его реальная речевая внешняя структура, в ней отражается соотношение частей выступления по их цели, стилистическим особенностям, по объёму, сочетанию рациональных и эмоциональных моментов, как правило, элементами композиции доклада являются: вступление, определение предмета выступления, изложение (опровержение), заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике.

Вступление должно содержать:

- название доклада;
- сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения;
- краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- интересную для слушателей форму изложения;
- акцентирование оригинальности подхода.

Выступление состоит из следующих частей:

- Основная часть, в которой выступающий должен раскрыть суть темы, обычно строится по принципу отчёта. Задача основной части: представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами.
- Заключение — это чёткое обобщение и краткие выводы по теме.

Регламент устного публичного выступления – не более 10 – 15 минут. Искусство устного выступления состоит не только в отличном знании предмета, но и в умении преподнести свои мысли красноречиво и увлекательно.

Для успешной сдачи экзаменов необходимо учитывать два фактора: теоретическую и психологическую подготовку студентов. Только в случае работы по всем этим двум направлениям студент может рассчитывать, с одной стороны, на глубокие и прочные знания по изучаемому предмету, а, с другой, — на получение высокой оценки во время экзаменационной сессии.

Теоретическая подготовка к экзамену делится на два раздела, в течение всего учебного года и предэкзаменационная. Если студент хочет иметь глубокие и прочные знания, а кроме того облегчить себе жизнь во время сессии, то он должен приступать к подготовке к экзамену с самого первого периода изучения предмета. Это удобно, так как, с одной стороны, помогает студенту готовиться к текущим занятиям, а с другой — во время сессии значительно облегчает процесс подготовки к экзамену. На сессии студенты сдают экзамены или зачеты.

Залогом успешной сдачи всех экзаменов являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи экзаменов. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии являются повторение, обобщение и систематизация всего материала, который изучен в течение года.

Начинать повторение рекомендуется за месяц-полтора до начала сессии. Прежде чем приступить к нему, необходимо установить, какие учебные дисциплины выносятся на сессию и, если возможно, календарные сроки каждого экзамена или зачета.

Установив выносимые на сессию дисциплины, необходимо обеспечить себя программами. В основу повторения должна быть положена только программа. Не следует повторять ни по билетам, ни по контрольным вопросам. Повторение по билетам нарушает систему знаний и ведет к механическому заучиванию, к «натаскиванию». Повторение по контрольным вопросам приводит к пропускам и пробелам в знаниях и к недоработке иногда весьма важных разделов программы.

Повторение – процесс индивидуальный; каждый студент повторяет то, что для него трудно, неясно, забыто. Поэтому, прежде чем приступить к повторению, рекомендуется сначала внимательно посмотреть программу курса, установить наиболее трудные, наименее усвоенные разделы и выписать их на отдельном листе.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров, и др. Ни в коем случае нельзя ограничиваться только одним конспектом, а тем более, чужими записями. Всякого рода записи и конспекты – вещи сугубо индивидуальные, понятные только автору. Готовясь по чужим записям, легко можно впасть в очень грубые заблуждения.

Процесс повторения рекомендуется вести по темам программы и по главам учебника. Закончив работу над темой (главой), необходимо ответить на вопросы учебника или выполнить задания, а самое лучшее – воспроизвести весь материал.

Консультации, которые проводятся для студентов в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникших трудностей. Без тщательного самостоятельного продумывания материала беседа с консультантом неизбежно будет носить «общий», поверхностный характер и не принесет нужного результата.

#### *Методические указания по подготовке к тестированию*

Тестовые задания для контроля знаний по дисциплине «Статистика» могут использоваться студентами как для самоконтроля знаний и навыков в процессе освоения темы, так и для подготовки к текущему и промежуточному контролю знаний.

Тесты имеют форму: «Вопрос – варианты ответов». В тестовых материалах указаны правила формирования ответов на задания в зависимости от формы теста. В начале задания помещена инструкция по форме ответа. При подготовке к тестированию следует опираться на предложенные рекомендации.

Перед тестированием следует изучить материал соответствующих тематике теста разделов учебника или глоссария. Поскольку время тестирования в аудитории ограничено (не более 45 мин.), засекайте время выполнения теста.

При прохождении тестирования в аудитории следует пропускать те задания, на которые Вы не можете быстро дать правильный ответ. Ответьте сначала на те задания, которые не вызывают у Вас затруднений, а затем вернитесь к трудным или малопонятным заданиям. Во время тестирования в аудитории если Вы не уверены в выборе ответа, но интуитивно предпочитаете какой-то вариант, то не оставляйте вопрос без ответа. Доверяйте своей интуиции. Такое доверие, как правило, приводит к росту баллов.

Многие задания можно решить быстрее, если не искать сразу правильный ответ, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет концентрировать внимание всего на одном-двух признаках, а не пяти-семи (что гораздо труднее).

Спланируйте среднее время на выполнение каждого задания так, чтобы за две трети (максимум три четверти) сеанса тестирования пройти все задания «по первому кругу». Тогда вы наберёте максимум баллов на легких для вас заданиях, а потом сможете подумать над трудными, которые вначале пришлось пропустить.

Итоговый тест по дисциплине готовится по всем темам, которые студенты освоили в течение семестра и состоит из порядка 50 вопросов различного характера (вопросы с несколькими вариантами ответа, вопросы на составление пары: вопрос – правильный ответ, вопросы-задания по карточкам). Выполнение теста занимает 1 академический час.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

Курсовые работы не предусмотрены.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Доступ студентов к библиотечным фондам, в том числе к изданиям по основным изучаемым дисциплинам, обеспечивается на абонементах, в читальных залах, также организован открытый (свободный) доступ к периодическим и справочным изданиям. Организован доступ для преподавателей и студентов к образовательным и научным электронным ресурсам, в том числе к электронно-библиотечным системам, сформированным на основании договоров, государственных контрактов с правообладателями, информационных писем.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по всем дисциплинам, практикам, ГИА, указанным в учебном плане ОПОП ВО 38.03.02 Менеджмент. Подробная информация представлена на сайте библиотеки ИГУ [http://library.isu.ru/ru/inform\\_serv/For\\_teachers/useful\\_inform.html](http://library.isu.ru/ru/inform_serv/For_teachers/useful_inform.html).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд обеспечивает печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляров каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин, практик на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину, проходящих соответствующую практику.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.



## а) Перечень литературы

### *Основная литература*

1. *Абрамов, В. С.* Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14595-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/520203>

2. *Голубков, Е. П.* Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15505-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/511366>

3. *Зуб, А. Т.* Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03013-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/510857>

### *Дополнительная литература*

4. Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент : учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. — Москва, Издательство Юрайт, 2019.- 507 с. — (Серия: Бакалавр. Базовый курс). - ISBN 978-5-99-16-2929-4. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/strategicheskij-menedzhment-425854>. - Текст: электронный+

5. *Молчанова, О. П.* Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для вузов / О. П. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00757-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511752> (дата обращения: 04.01.2023).

5. *Отварухина, Н. С.* Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02841-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/512182>

6. *Попов, С. А.* Стратегический менеджмент: актуальный курс : учебник для вузов / С. А. Попов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09665-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/510959>

### **Периодические издания**

1. Журнал «Стратегический менеджмент». — URL: <http://grebennikon.ru/journal-36.html>. — Для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

### *Авторские разработки*

#### *Учебные пособия:*

1. Сарапулова, Л.Н. Стратегические аспекты развития региональной торговли : монография / Л.Н. Сарапулова. Иркутский филиал РГТЭУ. — Иркутск : Издательство ООО «Мегапринт», 2014. — 112 с.- ISBN 978-5-905624-18-6. — Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". — Неогранич. доступ. — Текст : электронный.

2. Чернышева Е.В., Сарапулова Л.Н. Стратегии развития и управление в некоммерческих организациях : учебное пособие / Е.В. Чернышева, Л.Н. Сарапулова. — Иркутск : Издательство ООО «Репроцентр+», 2023.— 100 с. ISBN 978-5-907596-55-9. — Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". — Неогранич. доступ. — Текст : электронный.

3. Сарапулова, Л.Н., Чернышева Е.В. Управление маркетинговой и рекламной деятельностью в организации : учебное пособие / Л.Н. Сарапулова, Е.В. Чернышева. — Иркутск : Издательство ООО «Репроцентр+», 2022.— 152 с. ISBN 978-5-907397-96-5. — Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". — Неогранич. доступ. — Текст : электронный.

4. Сарапулова, Л.Н. Стратегические аспекты управления изменениями в организации : учебное пособие / Л.Н. Сарапулова. – Иркутск : Изд-во ИРНИТУ, 2017. – 132 с. ISBN 978-5-905624-18-6. – Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". – Неогранич. доступ. – Текст : электронный

#### *Статьи, тезисы*

5. Стратегии развития некоммерческих организаций в условиях консолидации российского общества / Л.Н. Сарапулова, А.Г. Лемещенко // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IX Международной научно-практ. конф. Иркутск 20 февраля 2023 /ФГБОУ ВО «ИГУ» ; под общ. ред. О. А. Полюшкевич. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2023. С. 109-116. Doi.org/10.26516/978-5-9624-2121-6.2023.1-517.

6. Стратегические направления развития малого предпринимательства в социокультурной сфере г. Иркутска // Л.Н. Сарапулова, А.Г. Лемещенко // Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе: материалы VI Международной науч.-практ. конференции 23 ноября 2023 года БГУ / Байкальский гос. ун-т; [под общ. ред. А.В. Самаруха]. – Иркутск, Изд. Дом БГУ, 2024. – С. 219-225. – URI: <http://lib-catalog.bgu.ru>.– Текст: электронный.

#### **г) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Перечень электронных ресурсов (ЭБС) по состоянию на 01.01.2024 г.:

**ЭБС «Издательство Лань»** (адрес доступа: <http://e.lanbook.com/>): ООО «Издательство Лань». Информационное письмо № 1258 от 30.11.2022 г. Срок действия - бессрочный. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

**ЭБС ЭЧЗ «Библиотех»** (адрес доступа: <https://isu.biblioteru/>): ООО «Библиотех». ООО «Интеллект». Контракт 068/22 от 31.05.2022 г. – 3 назв. Срок действия: бессрочный. Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

**ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукоонт»** (Адрес доступа: <http://rucont.ru/>): ЦКБ «Бибком». Контракт № 249/23 от 13.10.2023г.; Акт от 14.11.2023 г. Срок действия по 13.11.2024 г. Цена контракта: 225 114,82 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

**ЭБС «Айбукс»** (адрес доступа: <http://ibooks.ru/>): ООО «Айбукс» » Контракт № 246/23 от 12.10.2023 г.; Акт №81 от 14.11.2023 г. Срок действия по 13.11.2024 г. Цена контракта: 285 127,00 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

**Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт»** (адрес доступа: <https://urait.ru/>): ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 212/23 от 18.08.2023г.; Срок действия по 17.10. 2024 г. Цена контракта: 722 650 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество одновременных доступов согласно, приложения к Контракту. Электронные версии печатных изданий по различным отраслям знаний, свыше 10,6 тыс. назв.

**Электронная библиотека ИД Гребенников** (адрес доступа: <http://grebennikon.ru/>): ООО «ИД «Гребенников», ООО «ИД «Гребенников», контракт № 295/22.; Акт от 02.12.22 г. Срок действия с 01.01.2023 по 31.12.2023 г. Цена контракта: 94 759 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество одновременных доступов согласно приложения к Контракту. Характеристика: полные тексты статей из журналов по подписке - 28 назв., альманахов – 49 назв., видеоматериалы – 232 назв.

**Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU»** (адрес доступа: <http://elibrary.ru>): ООО «НЭБ», Контракт № 334/22 от 05.12.2022 г.; Акт от 19.12.2022 г. Срок действия по 31.12. 2023 г. Цена контракта: 527 489,00 руб. Количество пользователей неограниченное, доступ в локальной сети вуза. Характеристика: полные тексты статей из журналов по подписке - 49 наим.; доступ к архивам в течение 9 лет, следующих после окончания срока обслуживания; полные тексты статей из журналов свободного доступа.

**ЭКБСОН** (адрес доступа: <http://www.vlibrary.ru>): Соглашение № 84 ЭКБСОН от 15.10.2015 о сотрудничестве в области развития Информационной системы доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки в рамках единого Интернет-ресурса. Исполнитель: Федеральное государственное бюджетное учреждение «Государственная публичная научно-техническая библиотека России». Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ. Единая информационная система доступа к электронным каталогам библиотечной системы образования и науки в рамках единого Интернет-ресурса на основе унифицированного каталога библиотечных ресурсов

**Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** (Адрес доступа: <http://нэб.рф>): Федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека». Договор № 101/НЭБ/0760 от 14.09.2015 о предоставлении доступа к Национальной электронной библиотеке. Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ. Доступ к совокупности распределенных фондов полнотекстовых электронных версий печатных, электронных и мультимедийных ресурсов НЭБ, а также к единому сводному каталогу фонда НЭБ.

**Справочно-правовая система «Консультант Плюс»** (адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ): ООО «Информационный Центр ЮНОНА». Договор о сотрудничестве от 15.10.2018. Срок действия – до расторжения сторонами. Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений. Характеристика: правовая БД – законодательство РФ, международное право, юридическая литература.

**Научная библиотека Иркутского государственного университета [Офф. сайт].** URL: <http://ellib.library.isu.ru> (дата обращения: 02.03.2023).

**Образовательный портал Иркутского государственного университета [Офф. сайт].** URL: <http://educa.isu.ru> (дата обращения: 02.03.2023).

**Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»** [Офф. сайт]. URL: <http://ecsocman.hse.ru> (дата обращения: 02.03.2023).

**Справочно-правовая система «ГАРАНТ»** (адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ): Договор № Б/12 об информационно-правовом сотрудничестве между ООО «Гарант-Сервис-Иркутск» и Федеральное государственное бюджетное управление высшего профессионального образования «Иркутский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ИГУ») от 16.11.2012; Регистрационный лист № 38-70035-003593 от 21.11.2012. Срок действия – до расторжения сторонами. Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по всем дисциплинам, практикам, ГИА, указанным в учебном плане ОПОП ВО 38.03.02 Менеджмент. Подробная информация представлена на сайте библиотеки ИГУ: [http://library.isu.ru/ru/inform\\_serv/For\\_teachers/useful\\_inform.html](http://library.isu.ru/ru/inform_serv/For_teachers/useful_inform.html).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд обеспечивает печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляров каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину, проходящих соответствующую практику.

## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Занятия по данной дисциплине не требуют специализированных аудиторий, предназначенных для проведения лабораторного практикума. Лекционные и практические занятия, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация, самостоятельная работа студентов проводятся в лекционных и семинарских учебных аудиториях Института социальных наук (г. Иркутск, ул. Ленина, 3), оборудованных специализированной учебной мебелью, меловыми и маркерными досками, оборудованием для презентации учебного материала – стационарными либо переносными компьютерами, мультимедийными проекторами, колонками.

664003, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 3, учебный корпус №3, ауд. 117 (этаж 1, помещение 64):

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации на 56 рабочих мест (54,0 кв.м), оборудованная специализированной (учебной) мебелью (столы, скамьи, меловая доска, кафедра); оборудованием для презентации учебного материала и тематических иллюстраций, соответствующим рабочей программе дисциплины: Проектор ViewSonic VS15817, экран настенный ScreenMedia Economy-P 200×200 см, ноутбук 15.6"Samsung RV508, колонки. Программное обеспечение: программа, обеспечивающая воспроизведение видео VLC Player; программа для создания и демонстрации презентаций, иллюстраций и других учебных материалов: MS PowerPoint.

664003, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 3, учебный корпус №3, ауд. 210 (этаж 2, помещение 25):

Компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, для проведения курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для самостоятельной работы студентов на 16 рабочих мест, оборудованная специализированной (учебной) мебелью (компьютерные столы, стулья, переносная доска); Монитор SyncMaster 743, Монитор LG Flatron E2242C, Монитор Samsung 943N, Монитор View Sonic VA2246-LED, Монитор LG Flatron L1752TR, Монитор Samsung SyncMaster 743, Монитор View Sonic VA2265Sm, Монитор Flatron E2242, Монитор LG Flatron E2242C, Монитор LG Flatron E2242C, Монитор LG Flatron E2242C, Монитор Samsung 720N, Монитор LG Flatron L1953S, Монитор LG Flatron E2242C, Монитор Flatron E2242, Монитор Samsung SyncMaster 743, Монитор Philips 226V4LAB, Системный блок офисный ПК Star2. Системные блоки: (Athlon x2 245, ОЗУ 4Gb) – 1шт, (i3-2120, ОЗУ 8Gb) – 2шт, (Celeron G1840, ОЗУ 8Gb) – 2шт, (Celeron G4900, ОЗУ 8Gb) – 4шт, (Core 2 Duo E8600, ОЗУ 2Гб) – 1шт, (Core 2 Duo E8400, ОЗУ 3Гб) – 1шт, (Celeron G3930, ОЗУ 8Gb) – 2 шт, (Celeron G1840, ОЗУ 8Gb) – 1шт, (i5-2500, ОЗУ 8Гб) – 1шт, (Celeron G3930, ОЗУ 16Gb) – 1шт.

Компьютерный класс оснащен неограниченным доступом к сети Интернет: мобильный мультимедиа Проектор Acer X1323WHP, переносной экран, колонки; наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины, с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

664003, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 3, учебный корпус №3, ауд. 108А (этаж 1, помещение 43):

Кафедра культурологии и управления социальными процессами для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации на 16

рабочих мест (30,1 кв. м), оборудованная специализированной (учебной) мебелью (столы, стулья); оборудованием оборудованная техническими средствами: Моноблок 2 HP 20с401, Принтер лазерный Canon I-SENSYS LBP-5050, Принтер HP1020, Системный блок, Монитор LG E2242С, Мфу Samsung M2070W, Монитор Samsung 710n. Программное обеспечение: программа, обеспечивающая воспроизведение видео VLC Player; программа для создания и демонстрации презентаций, иллюстраций и других учебных материалов: MS PowerPoint.

## **6.2. Программное обеспечение**

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подробные сведения приведены на сайте ИГУ: ЦНИТ. РЕЕСТР программного обеспечения 2023 – <https://isu.ru/ru/employee/license/main/>).

В ИСН ИГУ имеется программное обеспечение:

1. Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад. организаций Русская версия Multiple License RU (65195558) Platforms (11447921 Государственный контракт № 03-019-13, 19.06.2013, бессрочно).

2. Microsoft® Office Standart 2010. Номер Лицензии Microsoft 60642086. Лицензия от 11.07.2012; бессрочно.

3. Kaspersky Free (ежегодно обновляемое ПО) Условия использования по ссылке: <http://www.kaspersky.ru/free-antivirus>; бессрочно.

4. 7zip (ежегодно обновляемое ПО) Условия использования по ссылке: <https://www.7zip.org/license.txt>; бессрочно

5. WinRAR Государственный контракт № 04-175-12 от 26.11.2012, бессрочно.

6. Программа для статистической обработки данных SPSS Statistics 17.0 (SPSS Base Statistics; кол-во 16; сублицензионный договор №2008/12-ИГУ-1 от 11.12.2008 г. бессрочно; IBM SPSS Custom Tables; кол-во 7; лицензионный договор №20091028-1 от 28.10.2009 г.; бессрочно; IBM SPSS Custom Tables; кол-во 7; сублицензионный договор №АЛ120503-1 от 03.05.2012 г.; бессрочно); IBM SPSS Statistics 22 (IBM SPSS Statistics Base Campus Edition, IBM SPSS Custom Tables; кол-во 15; лицензионный договор №20161219-2 от 26.12.2016 г.; бессрочно).

8. «Антиплагиат.ВУЗ», 25 тыс. проверок договор №5789/347/22 от 30.12.2022, на 1 год.

9. Acrobat Professional 10.0 WIN АОО License RU (65083701) Cetificate Number: 9435977 Котировка № 03-165-11 от 23.11.2011 Дата лицензии 09.12.2011; бессрочно

10. CorelDRAW Graphics Suite X7 Education Lic (5-50) СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № ЦПП/ - Лиц. договор / 326 от 23 января 2015 г. Corel License number: 081571. Лицензия от 30.01.2015; бессрочно.

11. Mozilla Firefox (ежегодно обновляемое ПО). Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox>), бессрочно.

## **6.3. Технические и электронные средства**

В ходе учебного процесса используется электронный портал университета и большое количество электронных средств обучения, в том числе бесплатные образовательные ресурсы интернет-сервиса Youtube, а также Массовые открытые онлайн-курсы:

<https://educa.isu.ru/>

<https://www.youtube.com>

<https://isu.antiplagiat.ru/>

<https://openedu.ru/>

<https://arzamas.academy/>  
<https://www.coursera.org/>  
<https://www.udacity.com/>

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Преподавание дисциплины «Стратегический менеджмент» предполагает использование следующих образовательных технологий:

- проведение аудиторных занятий с использованием мультимедийных технологий, аудио- и видеоматериалов;
- проведение лекционных занятий в форме проблемной лекции, лекции- дискуссии;
- использование проблемно-ориентированного подхода посредством проведения самостоятельных работ;
- тестовые технологии;
- применение интерактивных обучающих технологий, таких как групповая дискуссия, работа в малых группах;
- проведение мастер-классов со специалистами по постановке голоса и технике речи с целью формирования и развития речевых навыков студентов;
- выполнение студентами контрольных и самостоятельных работ.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин (определяется требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП). Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов определяется соответствующим рабочим учебным планом в соответствии с требованиями ФГОС.

Дистанционные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы:

- WEB-консультации по подготовке, выполнению и защите курсовых и выпускных работ;
- индивидуальное общение со студентами через электронную почту;
- дистанционные лекции с использованием информационных платформ для проведения вебинаров онлайн Skype, Teams;
- использование специализированного образовательного портала ИГУ <https://educa.isu.ru/> для организации текущего контроля за успеваемостью и посещаемостью.

Дистанционные технологии при освоении дисциплин применяются с использованием Образовательного портала Иркутского государственного университета (Адрес доступа: <http://educa.isu.ru>). Текст лекций, задания к практическим занятиям размещаются по дисциплинам в соответствующих разделах указанного информационного портала ИГУ. Интерактивное общение со студентами осуществляется на информационных платформах Skype, Teams. Сроки и

план видеоконференции задает преподаватель. При необходимости прием экзамена осуществляется в дистанционной форме с использованием информационных платформ. Индивидуальное общение со студентами проходит также через электронную почту преподавателя.

## **VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### *Оценочные средства для входного контроля*

Не предусматриваются.

### *Материалы для проведения текущего контроля знаний студентов*

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Устный опрос	Темы 1-5	ПК-2
2	Тест	Темы 1-5	ПК-2
3	Доклад	Темы 1-5	ПК-2
4	Реферат	Темы 1-5	ПК-2
5	Вопросы и задания к экзамену	Темы 1-5	ПК-2

### **Оценочные средства текущего контроля**

Текущий контроль реализуется в ходе проведения семинарских занятий и контроля самостоятельной работы обучающихся (от 0 до 60 баллов) в течение 7-го семестра. Он складывается из следующего вида работ:

- ответы на заранее поставленные вопросы по темам семинаров;
- участи в обсуждении вопросов семинарских занятий, оппонирование на выступления;
- кратких ответов на тот или иной вопрос из темы предыдущей лекции или семинара;
- написания реферата по предложенным темам (от 0 до 10 баллов).

Студент, набравший в результате текущей работы по дисциплине менее 40 баллов, не допускается к сдаче экзамена и ему выставляется 0 сессионных баллов.

Предусматриваются «премиальные» баллы (от 0 до 10) за отсутствие пропусков занятий, высокое качество выполненных работ, участие в конференциях, олимпиадах, научно-исследовательской работе, написания статей и т. д. Преподаватель имеет право (с согласия студента) выставить студенту, набравшему в течение семестра за текущую работу 70 баллов, экзаменационную оценку без процедуры сдачи экзамена. В данном случае к набранному студентом количеству баллов за текущую работу автоматически добавляется 20 баллов и выставляется соответствующая академическая оценка.

Текущий контроль успеваемости в течение семестра оценивается по следующей таблице.

## Карта форм текущего контроля успеваемости студентов

№	Формы текущего контроля	Баллы	Максимум за семестр
1.	Индивидуальные домашние задания	0-5	10
2.	Семинар (1)	0-5	5
3.	Деловая игра «Выбор стратегии»	0-5	5
4.	Составление матрицы БКГ	0-5	5
5.	Практические занятия (2)	0-5	15
6.	Промежуточный тест	0-5	10
7.	Итоговый тест	0-10	10
8.	Реферат, доклад		10 (бонус)
<b>Всего за семестр</b>			<b>60+10 (бонус)</b>

Количество баллов, необходимое для внутрисеместровой аттестации – 60 баллов

### Примерные темы рефератов

1. Конкурентное преимущество и эволюция отрасли.
2. Модель жизненного цикла отрасли.
3. Степень общности модели жизненного цикла.
4. Факторы успеха в течение жизненного цикла.
5. Состав и структура отрасли.
6. Ключевые факторы успеха и эволюция отрасли.
7. Сфера корпоративной стратегии.
8. Условия эффективности вертикальной стратегии.
9. Стратегия диверсификации.
10. Управление многопрофильными компаниями.
11. Интернационализация экономики.
12. Международная конкуренция в отрасли.
13. Конкурентное преимущество в условиях интернационализации.
14. Стратегия входа на зарубежные рынки.
15. Новые направления в стратегическом мышлении.
16. Стратегия и организация многонациональной корпорации.
17. Роль стратегического менеджмента в постиндустриальную эпоху.
18. Объекты, уровни и методы стратегического управления.
19. Оценка нестабильности внешней среды и выбор системы управления фирмой (корпорацией).
20. Стратегическое управление и государственное регулирование экономики.
21. Процесс (этапы) стратегического управления организацией.
22. Исследование и классификация стратегий организации.
23. Стратегический анализ внешней среды фирмы.
24. Стратегический анализ внутренней среды фирмы.
25. Стратегический анализ издержек и цепочка ценностей.
26. Анализ конкурентного преимущества фирмы.
27. Прогнозирование внешней среды фирмы.
28. Анализ и прогнозирование общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
29. Определение целей организации. Построение и оценка дерева целей организации.
30. Анализ факторов, формирующих стратегию.



31. Стратегия и конкурентное преимущество.
32. Сравнительный анализ разных стратегий фирмы.
33. Анализ стратегий на разных этапах жизненного цикла отрасли.
34. Стратегии конкуренции на международных рынках.
35. Стратегические альянсы.
36. Разработка и обоснование стратегии организации (корпорации, фирмы, предприятия, банка, страховой компании, университета и др. коммерческих и некоммерческих организаций).
37. Реализация стратегий организации: программы, бюджеты, бизнес-планы и т.д.  
Программные методы реализации стратегии организации.
38. Разработка корпоративной стратегии фирмы.
39. Стратегия диверсификации корпорации.
40. Стратегия восстановления, экономии и реструктуризации портфеля фирмы.
41. Стратегия транснациональной диверсификации корпорации.
42. Комбинированные стратегии диверсификации.
43. Разработка деловой стратегии фирмы (стратегии бизнеса, конкурентной стратегии).
44. Стратегия низких издержек фирмы.
45. Стратегия дифференциации фирмы.

### **Критерии оценки реферата**

- очевидное знакомство с релевантной литературой и ее проработка (максимальная оценка – 3 балла);
- самостоятельность в изложении материала (максимальная оценка – 3 балла);
- адекватность интерпретации используемых источников (максимальная оценка – 2 балла);
- логичность и последовательность изложения, соблюдение принятых стандартов оформления научной работы (максимальная оценка – 2 балла).

За работу по написанию реферата студент может получить, в зависимости от его качества, от 1 до 10 баллов.

### **Примерная тематика докладов**

1. Пять сил конкуренции М. Портера.
2. Теория конкурентного преимущества М. Портера.
3. Конкурентные стратегии по Ф. Котлеру в зависимости от занимаемой фирмой доли рынка.
4. Стратегии конкуренции на международных рынках.
5. Структура анализа конкурентов.
6. Цели и задачи анализа конкурентного преимущества.
7. Каковы источники конкурентного преимущества.
8. Выполнение структуры: культура и руководство.
9. Принципы успешных стратегий, роль руководителя.
10. Дайте определение стратегии.
11. Каковы основные проблемы стратегического анализа?
12. Перечислите основные этапы развития стратегического менеджмента.
13. В чем состоит задача корпоративной стратегии?
14. В чем состоит задача бизнес-стратегии?
15. В чем состоит стратегия создания ценности?
16. Как измеряется ценность фирмы?
17. Стратегия фокусирования фирмы.

18. Стратегия инноваций организации.
19. Стратегия быстрого реагирования.
20. Стратегия вертикальной интеграции.
21. Наступательная стратегия фирмы.
22. Оборонительная стратегия фирмы.
23. Разработка функциональной стратегии фирмы.
24. Маркетинговая стратегия организации.
25. Стратегия ценообразования организации.
26. Инвестиционная стратегия организации.
27. Финансовая стратегия организации.
28. Товарная стратегия фирмы.
29. Разработка стратегии развития региона.
30. Разработка бизнес-плана фирмы после принятия стратегии.
31. Разработка стратегического плана фирмы.
32. Стратегический анализ диверсифицированных компаний.
33. Оценка диверсифицированного портфеля с использованием матричного анализа.
34. Проектирование организационной структуры фирмы в зависимости от выбранной стратегии.

Критерии оценки доклада – до 10 баллов:

- самостоятельность выполнения;
- умение выявить актуальную проблему, определить область исследования;
- умение структурировать информацию;
- способность аргументировать положения и выводы;
- владение научной терминологией;
- умение использовать теоретические инструменты для объяснения социально-экономических процессов;
- обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы;
- уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения).

При оценке достигнутых уровней компетенций в ходе текущего контроля на практических занятиях по результатам выполнения заданий применяются следующие критерии:

#### **Тема 4. Деловая игра**

«Выбор стратегии развития производственно-торговой фирмы «Светлана»

Исходные данные. Предприятие находится в предбанкротном состоянии. Необходимо найти стратегию для выхода из кризиса: общую и функциональные: ценовые, кадровые, рекламные и другие стратегии. Рассчитать затраты на внедрение стратегического плана.

Оценка результатов. Подгруппы из 3-4 студентов представляют свои презентации по разным направлениям деятельности швейной фабрики.

#### **Тест текущего контроля «Стратегический менеджмент»**

**(закрытые вопросы, выбрать 1 правильный ответ)**

#### **Пояснительная записка**

Цель теста: проверка на репродуктивно-продуктивном уровне знаний, умений и навыков у студентов 4 курса по дисциплине «Стратегический менеджмент».

Содержание тестов соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (2020 г.)

Содержание дисциплины выстроено в соответствии с ГОС ВПО и содержит следующие модули: Ведение в стратегический менеджмент, стратегический анализ, виды стратегий, стратегическое планирование и контроль. Компетенции: ПК– 2, ПК-4, ПК – 9.

№ п/п	Наименование модулей	№ задания в тесте	Компетенция
1	Ведение в стратегический менеджмент	1-7	ПК-2
2	Стратегический анализ	8-14	ПК-9
3	Виды стратегий	15-20	ПК-2
4	Стратегическое планирование и контроль	21-25	ПК-4
		Всего заданий 25	

Шкала оценивания:

60-74% правильных ответов – «удовлетворительно»;

75-89% правильных ответов – «хорошо»;

90-100% правильных ответов – «отлично».

Тест предусматривает формирование 2-х вариантов с 25 вопросами - **ПК-2**.

### Вариант 1

#### Раздел 1. Ведение в стратегический менеджмент

1. Разработка стратегии относится к функции маркетинга:
  - а) аналитической б) производственной
  - в) сбытовой г) управления и контроля
2. Миссия организации – это..
  - а) повышение товарооборота б) утверждение, раскрывающее смысл деятельности организации
  - в) целевые установки г) мощность организации
3. Стратегическое видение – это ...
  - а) образное представление смысла деятельности и перспектив (будущего)
  - б) целевые установки в) генеральное достижение целей организации
4. Организация, которая борется за большую рыночную долю – это..
  - а) рыночный лидер б) рыночный претендент
  - в) рыночный последователь г) действующая в рыночной нише
5. Область «Вопросительные знаки» матрицы БКГ – это стадия
  - а) внедрения б) роста
  - в) зрелости г) спада
6. Рынок чистой монополии:
  - а) один продавец б) много продавцов в) несколько продавцов, влияющих на цены
7. В модель конкурентных сил Портера не входит:
  - а) поставщики б) методы сегментации
  - в) клиенты г) товары-заменители

#### Раздел 2. Стратегический анализ

8. Преимущества вторичной информации:

- а) дорогая б) получена быстро в) противоречива г) недостаточна для конкретного исследования
- 9. Методы кабинетного исследования:
  - а) проведение экспериментальной продажи товаров б) анализ отчетов предыдущих периодов
  - в) выборочное наблюдение г) полевое исследование
- 10. Стратегический потенциал включает:
  - а) оценку внутренней среды б) оценку внешней среды в) совокупность клиентов предприятия
- 11. Потребители входят во:
  - а) внутреннюю среду б) внешнюю среду в) стратегический потенциал
- 12. Внутренняя среда не включает:
  - а) кадровый потенциал организации б) земельные ресурсы в) клиентов организации
- 13. Высокий имидж торговой марки – это ...
  - а) внешнее конкурентное преимущество б) внутреннее конкурентное преимущество
  - в) совокупность ресурсов
- 14. Портфельный анализ включает:
  - а) матрицу «Товар-рынок» б) матрицу БКГ в) матрицу ЖЦТ

### Раздел 3. Виды стратегий

- 15. Стратегия ресурсосбережения – это..
  - а) концентрация на предпочтительном сегменте б) лидерство в товаре
  - в) совершенствование технологии производства г) ориентация на лучший образец конкурента
- 16. В условиях ограниченности ресурсов фирма использует:
  - а) массовый маркетинг б) дифференцированный в) концентрированный
- 17. Стратегия копирования – это стратегия ...
  - а) крупных предприятий б) малых в) средних
- 18. Предприятие придерживается стратегии освоения новых товаров. Это входит в стратегию:
  - а) интеграции б) диверсификации в) дифференциации
- 19. Интенсивная стратегия выхода на рынок предполагает:
  - а) небольшие маркетинговые расходы б) быстрое получение прибыли
  - в) емкость рынка незначительна
- 20. Широкий захват рынка входит в:
  - а) стратегию диверсификации б) стратегию экспансии в) стратегию поглощения

### Раздел 4. Стратегическое планирование и контроль

- 21. Выпуск нового товара – это цель:
  - а) стратегических планов б) оперативных планов в) краткосрочных планов
- 22. Стратегические планы – это ...
  - а) долгосрочные планы б) оперативные планы в) краткосрочные планы
- 23. Расчет окончательной рентабельности товаров входит в функцию:
  - а) контроля б) организации в) планирования
- 24. Объекты контроля:
  - а) производители б) товары в) товарная политика
- 25. Реинжиниринг – это ...
  - а) разработка стратегии б) контроль в) радикальное перепроектирование деловых процессов

## Вариант 2

### Раздел 1. Ведение в стратегический менеджмент

- 1. Стратегия организации – это..

- а) основное предназначение организации б) генеральное направление достижения целей
- в) специализация организации г) конечный результат деятельности
- 2. Конечный результат деятельности – это ...
  - а) стратегия б) стратегическая цель в) стратегическое видение
- 3. Внешнее конкурентное преимущество – это ...
  - а) имидж торговой марки б) низкая цена в) близкое расположение производителя
- 4. Конкурентная структура, которая позволяет ослабить ценовое соперничество:
  - а) чистая конкуренция б) олигополия
  - в) чистая монополия г) монополия
- 5. Область «Звезды» матрицы БКГ – это стадия
  - а) внедрения б) роста
  - в) зрелости г) спада
- 6. Организация, которая обслуживает небольшие рыночные сегменты – это..
  - а) рыночный лидер б) рыночный претендент
  - в) рыночный последователь г) действующая в рыночной нише
- 7. Для разных товаров и на разных сегментах фирма использует единый комплекс маркетинга - это:
  - а) массовый маркетинг б) дифференцированный в) концентрированный

#### Раздел 2. Стратегический анализ

- 8. Телефонное интервью – это метод...
  - а) наблюдения б) опроса в) эксперимента
- 9. Детальное изучение данных аналитического и синтетического учета и проведение статистических наблюдений – это..
  - а) маркетинговый анализ б) маркетинговые исследования в) маркетинговый эксперимент
- 10. Кабинетные исследования включают:
  - а) проведение эксперимента б) анализ статистической отчетности
  - в) наблюдение в реальных условиях
- 11. Земельные ресурсы организации входят в:
  - а) внутреннюю среду б) внешнюю среду в) сегмент рынка
- 12. Эффективность менеджмента организации определяется при:
  - а) оценке внешней среды б) оценке внутренней среды в) анализе клиентов организации
- 13. Госрегулирование деятельности организации входит в:
  - а) внутреннюю среду б) внешнюю среду в) стратегию глобализации
- 14. Матрица БКГ не включает:
  - а) золотые плоды б) дойные коровы в) звезды г) собаки

#### Раздел 3. Виды стратегий

- 15. Стратегия лидерства в нише - это..
  - а) концентрация на предпочтительном сегменте б) лидерство в товаре
  - в) совершенствование технологии производства
  - г) ориентация на лучший образец конкурента
- 16. Для разных товаров фирма использует единый комплекс маркетинга:
  - а) массовый маркетинг б) дифференцированный маркетинг в) концентрированный маркетинг
- 17. Стратегия фрэнчайзинга– это стратегия ...
  - а) крупных предприятий б) малых в) ТНК
- 18. Предприятие придерживается стратегии объединения с поставщиками. Это входит в стратегию:

- а) интеграции б) диверсификации в) дифференциации
- 19. Пассивная стратегия выхода на рынок предполагает:
  - а) небольшие маркетинговые расходы б) быстрое получение прибыли
  - в) большую емкость рынка
- 20. Приобретение акций других компаний входит в:
  - а) стратегию диверсификации б) стратегию экспансии в) стратегию поглощения

#### Раздел 4 Стратегическое планирование и контроль

- 21. Выпуск освоенных товаров – это цель:
  - а) стратегических планов б) оперативных планов в) краткосрочных планов
- 22. Долгосрочные планы – это ...
  - а) стратегические планы б) оперативные планы в) краткосрочные планы
- 23. Расчет окончательной рентабельности сегментов входит в функцию:
  - а) контроля б) организации в) планирования
- 24. Субъекты контроля:
  - а) производители б) товары в) товарная политика
- 25. Радикальное перепроектирование деловых процессов – это ...
  - а) разработка стратегии б) контроль в) реинжиниринг

### Вариант 3

#### Раздел 1. Ведение в стратегический менеджмент

- 1. Генеральное направление деятельности организации – это..
  - а) миссия в) конкурентоспособность
  - б) стратегия г) лидерство в нише
- 2. Стратегическое управление – это область деятельности:
  - а) высшего руководства б) начальников отделов в) низовых звеньев
- 3. Конкурентное преимущество – это процесс...
  - а) выделения сегмента рынка б) проявления превосходства над прямыми конкурентами
  - в) регулирования деятельности предприятий
- 4. Область «Дойные коровы» матрицы БКГ – это стадия
  - а) внедрения б) роста
  - в) зрелости г) спада
- 5. На стадии спада ЖЦТ по автомобилям нужно применить
  - а) активную рекламу в) исследование конкурентов
  - б) снижение цен г) поиск новых каналов сбыта
- 6. Организация, которая имеет большую рыночную долю – это..
  - а) рыночный лидер б) рыночный претендент
  - в) рыночный последователь г) действующая в рыночной нише
- 7. Какой элемент не входит в модель Портера:
  - а) конкуренты в) товарная марка
  - б) поставщики г) товары-заменители

#### Раздел 2. Стратегический анализ

- 8. Методы сбора первичной информации:
  - а) тестирование рынка б) наблюдение, опрос, эксперимент
  - в) анализ статотчетности г) анализ статей
- 9. Маркетинговые исследования относятся к функции маркетинга:
  - а) аналитической б) производственной

- в) сбытовая г) управления и контроля  
10. Полевые исследования – это ..  
а) анализ статотчетности б) сбор информации в реальных условиях  
в) анализ товарооборота предприятия  
11. Метод «Дельфи» входит в:  
а) методы экспертных оценок б) методы паблик рилейшинз в) функцию маркетинга  
12. Совокупность ресурсов фирмы – это ...  
а) внешняя среда б) внутренняя среда в) комплекс маркетинга  
13. Во внешнюю среду предприятия входит:  
а) земельные ресурсы б) эффективность менеджмента  
в) госрегулирование деятельности предприятия  
14. Системное определение данных, сбор данных, их обработка, отчет о результатах с целью уменьшения неопределенности при принятии маркетинговых решений – это..  
а) маркетинговый анализ б) маркетинговые исследования в) маркетинговый эксперимент

### Раздел 3. Виды стратегий

15. Стратегия лидерства в товаре - это..  
а) упрощение кинематической схемы товаров б) совершенствование технологии производства  
в) ориентация на лучший образец конкурента г) информационная доступность  
16. Стратегия лидерства в минимизации издержек – это...  
а) лидерство в товаре б) совершенствование технологии производства  
в) ориентация на лучший образец конкурента г) информационная доступность  
17. Для разных товаров и на разных сегментах фирма использует:  
а) массовый маркетинг б) дифференцированный в) концентрированный  
18. Стратегия узкой товарной специализации – это стратегия ...  
а) крупных предприятий б) малых в) средних  
19. Предприятие придерживается стратегии на расширение ассортимента.  
Это входит в стратегию:  
а) интеграции б) диверсификации в) дифференциации  
20. Стратегия широкого проникновения на рынок предполагает:  
а) небольшие маркетинговые расходы б) быстрое получение прибыли  
в) большую емкость рынка

### Раздел 4 Стратегическое планирование и контроль

21. Цель стратегических планов:  
а) широкий захват рынка б) текущая рентабельность в) проведение промоакций  
22. Долгосрочные планы – это ...  
а) стратегические планы б) оперативные планы в) краткосрочные планы  
23. Расчет предварительной рентабельности товаров входит в функцию:  
а) контроля б) организации в) планирования  
24. Функции контроля:  
а) производители б) товары в) товарная политика  
25. Радикальное переосмысление деловых процессов – это ...  
а) разработка стратегии б) контроль в) реинжиниринг

**КЛЮЧ** к тесту по дисциплине  
«Стратегический менеджмент»

Правильные ответы:

Номер во-проса	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
1	г	б	б
2	б	б	а
3	а	а	б
4	б	а	в
5	а	б	б
6	а	г	а
7	б	б	в
8	б	б	б
9	б	б	а
10	а	б	б
11	б	а	а
12	в	б	б
13	а	б	в
14	б	а	б
15	в	а	а
16	в	а	б
17	б	б	б
18	б	а	б
19	б	а	в
20	б	в	в
21	а	в	а
22	а	а	а
23	а	а	в
24	б	а	в
25	в	в	в

**Тест промежуточного контроля «Стратегический менеджмент»  
(открытые вопросы)**

1. Для каких целей предназначен стратегический менеджмент в управлении организацией
2. Какие вы знаете стратегии ценообразования?
3. Назовите товарные стратегии предприятия, включая широкую дифференциацию ассортимента
4. Какова характеристика стратегии диверсификации производства по новым товарам?
5. Назовите стратегии развития малых фирм
6. Стратегии роста крупных фирм, особенности
7. Стратегии глобализации и международной экспансии
8. Маркетинговые стратегии по охвату выбранных сегментов
9. Стратегии конкуренции на внутреннем рынке
10. Показатели анализа внутренней среды
11. Показатели анализа внешней среды
12. Что означает стратегический потенциал организации



13. Зачем необходимо стратегическое планирование?
15. Как внедрять разработанную стратегию?
16. Каким образом проводится стратегический контроль?
17. В чем сущность реинжиниринга при радикальном перепрофилировании производства?
18. В чем заключается наступательная стратегия конкуренции?
19. В чем заключается оборонительная стратегия конкуренции?
20. Назовите стратегии ресурсосбережения?
21. Что такое ранжирование стратегических задач?
22. Чем отличаются миссия и стратегия организации?
23. Каковы цели организации?
24. SWOT– анализ предприятия
25. Матрица БКГ (4 бизнес-области)

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена)**

#### **Примерные вопросы к экзамену (7 семестр)**

1. Понятие стратегии и системы стратегического управления
2. Миссия, видение и цели организации
3. Требования к целям организации
4. Стратегии ценового лидерства и лидерства в товаре
5. Стратегии ресурсосбережения в обеспечении конкурентного преимущества организации
6. Понятие хозяйственного портфеля
7. Стратегические хозяйственные единицы (СХЕ)- бизнес-единицы
8. Портфельный анализ с использованием матрицы БКГ
9. Портфельный анализ с использованием матрицы Мак- Кинси
10. Конкурентные преимущества: внутренние и внешние
11. Матрицы портфельного анализа БКГ и Мак-Кинси, их преимущества и недостатки
12. Основные показатели и оценка конкурентных преимуществ
13. Модель конкурентных сил Портера
14. Выбор стратегий роста. Диверсификация
15. Наступательная стратегия
16. Оборонительная стратегия
17. Стратегии позиционирования товара на целевом рынке
18. Управление ЖЦТ
19. Стратегии ценообразования
20. Стратегия развития торгового предприятия. Матрица «Товар-рынок»
21. Стратегии развития малых фирм, практика их применения
22. Стратегии роста крупных фирм, особенности
23. Стратегии средних фирм
24. Стратегии глобализации и международной экспансии
25. Товарные стратегии предприятия
26. Маркетинговые стратегии по охвату выбранных сегментов
27. Стратегии конкуренции
28. Анализ внутренней среды
29. Анализ внешней среды
30. Стратегический потенциал организации
31. Этапы стратегического планирования
32. Реализация стратегии

33. Стратегический контроль
34. Реинжиниринг
35. Алгоритм реинжиниринга
36. Экономическая эффективность реинжиниринга
37. Корпоративная культура организации
38. Коммуникационные стратегии
39. Экономическая эффективность внедрения стратегий
40. Ранжирование стратегических задач
41. Способы проникновения фирмы на международный рынок
42. Особенности стратегии франчайзинга в России, примеры
43. Стратегия глобализации, примеры
44. Стратегии позиционирования
45. Показатели стратегического планирования
46. Проблемы стратегического управления
47. Обоснование маркетинговых возможностей предприятия
48. Этапы развития стратегического управления
49. SWOT– анализ предприятия
50. Виды планов в зависимости от периодов планирования

В качестве 3-го задания в билетах составлены «Практические задания»:

1. Составление оргструктуры организации
2. Выработка миссии, стратегии организации
3. Проведение SWOT– анализ организации.
4. Составление матрицы БКГ организации.
5. Анализ внешней среды организации.

### **Критерии оценки ответов на экзамене**

Оценка *«отлично»* ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры. Обнаруживает способность анализа в освещении различных концепций. Делает содержательные выводы. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации. Имеет место высокий уровень выполнения самостоятельных работ в течение учебного процесса

Оценка *«хорошо»* ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации. Имеет место средний уровень выполнения самостоятельных работ в течение учебного процесса

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Имеет место низкий уровень выполнения самостоятельных работ в течение учебного процесса

*Шкала соответствия балльно-рейтинговой системы оценок и академической оценки,  
утвержденная Ученым советом ИСН*

Итоговый семестровый рейтинг	Академическая оценка	
60 – 70 баллов	«зачтено»	«удовлетворительно»
71 – 85 баллов		«хорошо»
86 – 100 баллов		«отлично»

### Оценка сформированности компетенций

Достижение и измерение уровней сформированности заявленных компетенций обеспечивается:

Показатели и критерии оценивания сформированности компетентности (индикатора) на этапе освоения дисциплины Стратегический менеджмент

Код компетенции или индикатора	Показатели и критерии оценки достижения освоения компетенции			
	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ПК-2	Не знает: задачи и Виды стратегий, виды рисков, конкурентные преимущества	Знает: Недостаточно Виды стратегий, виды рисков, конкурентные преимущества	Знает: Не в полной мере Виды стратегий, виды рисков, конкурентные преимущества	Знает: Виды стратегий, виды рисков, конкурентные преимущества
	Не умеет: разрабатывать механизм стратегического управления	Умеет: С ошибками умеет разрабатывать механизм стратегического управления	Умеет: Недостаточно разрабатывать механизм стратегического управления	Умеет: разрабатывать механизм стратегического управления
	Не владеет: навыками разработки, внедрения и контроля стратегий	Владеет: С ошибками навыками разработки, внедрения и контроля стратегий	Владеет: Недостаточно навыками разработки, внедрения и контроля стратегий	Владеет: навыками разработки, внедрения и контроля стратегий

**ПК-2**– все темы, устные опросы, тест, доклад (эссе, реферат), оцениваемые в рамках дисциплины до 100 баллов.

Таким образом, итоговая оценка сформированности компетенций определяется по столбальной итоговой оценке по дисциплине:

60-85 баллов – базовый (пороговый) уровень;  
86-100 баллов – повышенный (продвинутый) уровень.

**Разработчик:**

Доцент кафедры культурологии и  
управления социальными процессами  
канд. экон. наук



Л.Н. Сарапулова

Программа дисциплины «Стратегический менеджмент» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент». Программа рассмотрена на заседании кафедры культурологии и управления социальными процессами 17.04.2024 г., протокол № 8.



Заведующая кафедрой

Н.В. Грицких

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*