



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиУ
Е.С. Замбрицкая

05.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки (специальность)
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль/специализация) программы
Управление бизнес-процессами и финансы предприятий

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Менеджмента и государственного управления
Курс	3
Семестр	6

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
Менеджмента и государственного управления

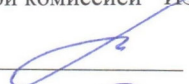
15.01.2025, протокол № 5

Зав. кафедрой

 О.Л. Назарова

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ
05.02.2025 г. протокол № 3

Председатель

 Е.С. Замбржицкая

Рабочая программа составлена:

профессор кафедры МиГУ, д-р пед. наук



Е.В. Романов

Рецензент:

начальник отдела кадров ОАО "ММК-МЕТИЗ",



Д.А. Попов

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» являются: формирование умений стратегического анализа как методологической основы разработки стратегии современной организации для повышения ее конкурентоспособности; владение навыками подготовки оптимальных управленческих решений при разработке функциональных стратегий организации, в том числе при управлении проектами инновационного развития организации.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Стратегический менеджмент входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Основы современного промышленного производства

Финансовый анализ предприятия

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Производственная- технологическая (проектно-технологическая) практика

Производственная – преддипломная практика

Производственная - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Lean-менеджмент

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Бренд-менеджмент

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Стратегический менеджмент» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-3	Способен планировать и осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства, а также деятельность по организации труда и оплате персонала
ПК-3.1	Владеет способами и приемами выполнения типовых расчетов, необходимых для составления планов производственной деятельности организации, разработки технико-экономических нормативов для определения себестоимости продукции
ПК-3.2	Решает профессиональные задачи по экономическому планированию деятельности структурного подразделения организации
ПК-3.3	Осуществляет деятельность по организации труда и оплаты персонала

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 70,8 акад. часов;
- аудиторная – 68 акад. часов;
- внеаудиторная – 2,8 акад. часов;
- самостоятельная работа – 37,2 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет с оценкой, курсовая работа

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Стратегический менеджмент – актуальная наука управления								
1.1 Предмет стратегического менеджмента. Место курса в системе наук, изучающих сферу производства. Связь курса с другими управленческими дисциплинами. Развитие концепций менеджмента. Школы стратегического менеджмента: конструктивистские (планирования, дизайна, позиционирования) и описательные (обучения, внешней среды, власти, культуры, конфигураций, предпринимательства, когнитивная) теории стратегического менеджмента. Понятие стратегического менеджмента. Подходы к пониманию понятия «стратегия» (стратегия как план, как позиция, как принцип поведения, как «ловкий прием»). Предпосылки стратегического управления (ускорение НТП, снижение эффективности манипуляций с	6	4		2	2	Работа с литературой и сетевыми ресурсами;	Дискуссия; Экспресс-опрос	ПК-3.2

потребителем СМИ и т.д.). Уровни стратегического управления. Общие, деловые, функциональные и операционные стратегии.								
Итого по разделу		4		2	2			
2. Этапы и методологические особенности разработки стратегии								
2.1 Существующие подходы в установлении этапов разработки стратегии организации. Общая характеристика среды. Составляющие дальнего окружения (макросреды) (политико- правовые, социокультурные, экономические и технологические факторы). Матрица профиля среды. Этапа и особенности осуществления PEST- анализа. Взвешенная оценка влияния фак-торов среды. Анализ отрасли. Анализ факторов конку-ренции в отрасли («модель пяти факторов конкуренции» М. Портера). Анализ положения конкурентов на рынке (карты стратегических групп). Выявление целей и стратегий конкурентов. Сравнительные характеристики основных факторов кон- курентоспособности фирм -конкурентов. Ключевые факторы успеха в конкурент-ной борьбе. Взвешенная оценка влияния факторов мезосреды на деятельность ор-ганизации. Эффективность действующей стратегии компании. Выявление ресурсного потенциала, сильных и слабых сторон компании. Конкурентоспособность компании по ценам и издержкам (анализ цепочки создания ценности, бухгалтерский	6	10		10	5	Работа с литературой и сетевыми ресурсами; Кейс-стадии	Отчет по практической работе; аудиторная контрольная работа	ПК-3.3

и менеджерский подход к определению издержек). Устойчивость конкурентной позиции предприятия по сравнению с основными соперниками (взвешенная и не взвешенные оценки конкурентной устойчивости). Уточнение сильных, слабых сторон организации, существующих возможностей и угроз (SWOT- анализ). Принятие стратегических решений на основе SWOT- анализа (матрица решений). Стратегические проблемы компании. Понятие миссии организации. Составляющие миссии. Миссия организации «вовне», миссия организации «вовнутрь». Миссия организации в широком и узком смысле слова. Основные подходы к установлению стратегических целей организации. Сферы установления целей, направления установления целей и показатели. Ключевые пространства установления целей (положение на рынке, инновации, маркетинг, производство, финансы, управление персоналом, менеджмент). Цели направления развития, цели определяющие эффективность функционирования системы, внутренние цели, внешние цели. Дерево целей. Требования к стратегическим целям.								
Итого по разделу		10		10	5			
3. Формирование стратегии предприятия								
3.1 Классификация стратегий предприятия. Стратегии развития (роста, поддержания, ухода). Стратегии роста (концентрированного, интегрированного, диверсифицированного).	6	8		6	5	Работа с литературой и сетевыми ресурсами; Кейс-стадии	Отчет по практической работе; аудиторная контрольная работа;	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3

Стратегии поддержания и ухода. Стратегии конкуренции (стратегия лидерства по издержкам, стратегия широкой дифференциации, стратегия оптимальных издержек, сфокусированная нишевая стратегия на базе низких издержек, сфокусированная нишевая стратегия на базе дифференциации). Преимущества и недостатки базовых конкурентных стратегий. Наступательные стратегии (достичь и превзойти конкурента, использовать слабости конкурента, одновременное наступление на нескольких фронтах, захватывать незанятые пространства, партизанская война), оборонительные стратегии (перекрытие возможных путей атаки, демонстрация способности к активным действиям), комбинированные стратегии. Матрица «Рост-доля рынка» (матрица БКГ), ее преимущества и недостатки. Матрица Мак-Кинси «Привлекательность отрасли – конкурентная позиция». Модель ADL-LC («Конкурентная позиция – стадия жизненного цикла»). Модель («Состояние отрасли – конкурентное положение»). Принятие стратегических решений на основе матричных моделей.								
Итого по разделу		8		6	5			
4. Функциональные стратегии организации								
4.1 Понятие продукта. Классификация маркетинговых стратегий. Стратегия товара. Стратегия товародвижения.	6	8		14	3	Работа с литературой и сетевыми ресурсами; Кейс-стадии	Отчет по практической работе; аудиторная контрольная работа;	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3

Стратегия товаропродвижения. Стратегия ценообразования. Продуктово-маркетинговая стратегия, как базовая функциональная стратегия. Этапы разработки продуктово-маркетинговой стратегии (определение продуктового профиля, исследование жизненного цикла товара, выявление возможностей и угроз со стороны макро и мезосреды, SNW – анализ по продукту и комплексная оценка конкурентоспособности товаров, SWOT – анализ по продукту, базовые конкурентные стратегии, базовые конкурентные стратегии по конкретным продуктам. Финансовый анализ, как основа для разработки финансовой стратегии. Методы финансового анализа: анализ проектов (расчет точек безубыточности; точек плановой прибыли; чистой приведенной стоимости; внутренней ставки дохода); анализ коэффициентов (коэффициент ликвидности, быстрой ликвидности, левериджа, оборота, коэффициенты прибыльности, коэффициенты роста, коэффициенты оценки; метод Дю Пона. Финансовая стратегия (оценка структуры предпринимательства, структуры накопления и потребления, стратегия задолженности, стратегия финансирования функциональных подразделений и крупных программ). Долгосрочные и среднесрочные финансовые планы. Взаимосвязь стратегии предприятия и его технологической политики. Инвестиции в								
---	--	--	--	--	--	--	--	--

технологические ресурсы предприятия. Понятие жизненных циклов потребительского спроса, технологии и товаров. Гибкость технологии. Её связь со специализацией предприятий. Понятие технологического перевооружения и реконструкции. Выбор технологической политики развития предприятия. Стратегия управления персоналом.								
Итого по разделу		8		14	3			
5. Проектирование систем управления и стратегический контроллинг								
5.1 Взаимосвязь стратегии предприятия и его организационной структуры. Сетевые организационные структуры. Адаптация организационной структуры предприятия к изменениям внешней среды. Организация структуры стратегического менеджмента на предприятиях. Содержание процесса проектирования системы управления предприятия. Характеристика стадий и методов проектирования. Реорганизация системы управления предприятия. Стратегический контроллинг на предприятии	6	4		2	1	Работа с литературой и сетевыми ресурсами	Итоговый тест; Представление разработанного тестового задания по курсу.	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
Итого по разделу		4		2	1			
6. Дифференцированный зачет								
6.1 Дифференцированный зачет	6					Подготовка к дифференцированному зачету	Зачет с оценкой	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
Итого по разделу					21,2			
Итого за семестр		34		34	16		зао,кр	
Итого по дисциплине		34		34	37,2		зачет с оценкой, курсовая работа	

5 Образовательные технологии

В настоящее время одной из задач современной высшей школы является подготовка компетентного, гибкого, конкурентоспособного специалиста, способного к продуктивной профессиональной деятельности, к быстрой адаптации в условиях научно-технического прогресса, владеющего технологиями в своей специальности, умением использовать полученные знания при решении профессиональных задач. В связи с этим в учебном процессе используются помимо традиционных форм проведения занятий также активные и интерактивные формы.

Проектирование технологии преподавания дисциплины «Стратегический менеджмент» основывается на следующих принципах проектирования оптимальной технологии обучения:

1. Сочетание фундаментального и прикладного характера знания, представленного в содержании обучения.
2. Оптимальное сочетание вербальных и невербальных средств представления информации на основе ее «сжатия» (свертывания).
3. Сочетание репродуктивных и продуктивных методов деятельности студентов на основе постепенного наращивания проблемности в обучении.
4. Соответствии форм обучения и организации учебного процесса содержанию и ведущему методу обучения.
5. Использование новых информационных технологий в обучении.
6. Повышение объективности оценки учебных достижений студентов на основе сочетания традиционных и тестовых методов контроля.

С целью формирования состава компетенций, обеспечения соответствующих знаний, умений и навыков планируется самостоятельное «проектирование» тестовых заданий студентами по изученному курсу. Данная работа позволит систематизировать полученную на занятиях информацию, успешно подготовиться к защите курсовой работы и итоговой аттестации.

Для реализации компетентного подхода предлагается интегрировать в учебный процесс интерактивные образовательные технологии, включая информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), при осуществлении различных видов учебной работы:

- педагогическую технологию «Обучение на ошибках», предполагающую использование в учебном процессе задач с ложной «установкой»;
- мониторинг (взаимное) обучение;
- учебную дискуссию;
- электронные средства обучения (слайд-практики, компьютерные тесты);
- дистанционные (сетевые) технологии.
- При проведении практических занятий предлагается использовать «бригадную» форму организации учебного процесса. Работа в команде будет способствовать формированию соответствующих компетенций при выполнении различных ролей: «генератора идей», «технолога», «исполнителя», «критика».

Использование мониторинга (взаимного) обучения позволяет:

- актуализировать и обобщить имеющиеся у студента знания по теме или проблеме,
- вызвать устойчивый интерес к изучаемой теме, мотивировать обучающегося к получению новой информации,
- побудить студента к активной аудиторной и внеаудиторной работе;

Как для «обучаемого», так и для «обучающего» важным представляется этап «педагогической рефлексии», который ставит своей целью:

- целостное осмысление, обобщение полученной информации,
- присвоение нового знания, новой информации студентом,

- формирование у каждого студента собственного отношения к изучаемому материалу.

Для проведения контрольно-диагностических мероприятий предлагается использовать компьютерные контролирующие тесты. Средством, побуждающим к активному «добыванию» нового знания являются задания на самостоятельное «конструирование» «батареи» тестов по курсу.

Текущий контроль знаний (рейтинг-контроль) осуществляется в виде тестирования или выполнения мини контрольных работ.

Таким образом, применение интерактивных образовательных технологий придает инновационный характер практически всем видам учебных занятий, включая лекционные.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16797-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531717> (дата обращения: 10.04.2025).

2. Попов, С. А. Стратегический менеджмент: актуальный курс : учебник для вузов / С. А. Попов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09665-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560244> (дата обращения: 10.04.2025).

3. Романов, Е. В. Стратегическое управление : учебник для вузов / Е. В. Романов, Е. В. Романова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 360 с. — ISBN 978-5-507-51579-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/450899> (дата обращения: 10.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) Дополнительная литература:

1. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения : учебно-практическое пособие / С. А. Попов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01109-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449664> — Загл. с экрана.

2. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 290 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03369-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450496> — Загл. с экрана.

в) Методические указания:

1. Романов Е. В. Стратегический менеджмент для бакалавров [Электронный ресурс] : практикум / Е. В. Романов ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3200.pdf&show=dcatalogues/1/1136700/3200.pdf&view=true>. - Макрообъект.

2. Романов Е.В. Стратегический менеджмент [Текст]: практикум: учеб. пособие/Е.В.Романов, Е.В. Романова. – Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2015. – 96 с.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа:

Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: Шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа предусматривает:

- подготовку к практическим занятиям, изучение необходимых разделов в конспектах, учебных пособиях и методических указаниях;
- разработка «батарей» тестов по курсу (в том числе задачи с ложной «установкой»;
- подготовку к дифференцированному зачету.

Самостоятельная работа в ходе аудиторных занятий предполагает: изучение и повторение теоретического материала (по конспектам и учебной литературе, методическим указаниям). Самостоятельная работа под контролем преподавателя предполагает выполнение необходимых расчетов по разделам дисциплины. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов предполагает подготовку к практическим занятиям, подготовку к контрольным работам, выполнение практических заданий, подготовку к тестированию; изучение необходимых разделов в конспектах, учебных пособиях и другой литературе; подготовка к дифференцированному зачету и выполнение курсовой работы.

По данной дисциплине предусмотрены различные виды контроля результатов обучения: текущий контроль (еженедельная проверка выполнения заданий и работы с учебной литературой), периодический контроль (контрольная работа) по каждой теме дисциплины, курсовая работа, итоговый контроль в виде зачета с оценкой.

Перечень тем практических работ

1. Разработка миссии организации

Задание:

1. Сформулировать миссию организации как утверждение, раскрывающее смысл ее существования, отличие от подобных ей организаций (узкая трактовка миссии) и в широком понимании (как философию и предназначение организации).
2. Сопоставить содержание миссии с приведенной в теоретической части шаблоном.
3. Разработать вариант шаблона миссии, в соответствии с которым сформулировать миссию организации.

2. Формулировка стратегических целей организации

Задание:

1. Сформулировать цели организации с учетом сфер установления целей, направлений установления целей и показателей, позволяющих оценить количественно достижение или недостижение цели.
2. Сформулировать цели по ключевым пространствам достижения цели.
3. На основе изложенных подходов к целеполаганию разработать дерево стратегических целей организации, опираясь на правила осуществления декомпозиции генеральной цели и требований к основным характеристикам целей.

3. Методологические основания планирования деятельности организации

Контрольные вопросы и задания:

1. Определить роль и значение планирования в системе функций менеджмента.
2. Сформулировать задачи планирования в организации.
3. На основе анализа Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 № 172-ФЗ (статья 3) указать временные интервалы, которые определены для среднесрочного и долгосрочного периода планирования.
4. Раскройте сущность принципов планирования:
 - а) единство научно-технических, социальных и экономических задач развития организации;
 - б) научная обоснованность и оптимальность решений;
 - в) доминирование стратегических аспектов в планировании;

- г) комплексность планирования;
- д) ресурсная сбалансированность планов;
- е) гибкость и эластичность планирования;
- ж) непрерывность планирования.

4. Анализ макросреды организации

Задание:

1. Дать характеристику выбранной для анализа организации организации: (спектр выполняемых работ, выпускаемых товаров, услуг).
2. Провести PEST-анализ, для трех сценариев развития событий, посредством построения матрицы профиля среды и с помощью построения матриц возможностей и угроз.
3. Сопоставить результаты, полученные при использовании различных методов оценки.
4. Выявить наиболее значимые возможности и угрозы для деятельности организации. Сделать вывод о соотношении возможностей и угроз.

5. Анализ непосредственного окружения (мезосреды)

Задание:

1. Провести анализ ближнего окружения, для трех сценариев развития событий, используя матричные методы оценки (матрицы профиля среды, возможностей и угроз).
2. Сопоставить результаты, полученные при использовании различных методов оценки.
3. Выявить наиболее значимые возможности и угрозы для деятельности организации. Сделать вывод о соотношении возможностей и угроз.

6. Анализ микросреды организации и построение матрицы решений

Задание:

1. Провести анализ микросреды организации с помощью *SNW*- анализа.
2. Уточнить перечень сильных и слабых сторон организации на основе комплексной оценки ее конкурентоспособности.
3. Построить матрицу *SWOT* на основе выявленных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз со стороны дальнего окружения (по итогам проведенного *PEST* – анализа) и ближнего окружения.
4. Построить матрицу решений: а) базовая матрица SO («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации»); б) матрица SOW («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации – внутренние слабые стороны организации»; в) матрица SOT («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации – внешние угрозы»).

7. Матрицы стратегического выбора

Задание:

1. Построить для своей организации модель *McKinsey* и определить набор стратегических инициатив в соответствии с привлекательностью отрасли и занимаемой конкурентной позицией.
2. Построить для своей организации матрицу *ADL* и определить возможный набор инициатив в соответствии со стадией жизненного цикла отрасли и конкурентной позицией.
3. Сравнить результаты выбора стратегических инициатив, полученных с помощью данных моделей.
4. В соответствии с полученными данными, и с учетом матрицы решений разработанной на основе *SWOT*-анализа скорректировать для своей организации стратегию развития, стратегию конкуренции и стратегию действий.

8. Разработка продуктово-маркетинговой стратегии организации

Задание:

1. Для своей организации разработать продуктово-маркетинговую стратегию, опираясь на информацию, полученную по результатам стратегического анализа организации.
2. Разработать продуктово-маркетинговую программу для наиболее приоритетных продуктов организации.

9. Разработка стратегии управления персоналом организации

Задание:

1. Провести *SWOT*–анализ по персоналу, опираясь на результаты стратегического анализа организации.
2. Разработать матрицу решений по персоналу.
3. Сопоставить матрицу решений по персоналу с матрицей решений для организации в целом с целью выявления противоречий и расхождений и их устранения.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ПО КУРСУ

Вариант 0

1. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТРАТЕГИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКЛЮЧАЮТСЯ В:

1. Тенденциях разделения труда и кооперации
2. Технологической революции
3. Информационной революции
4. Электронной революции
5. Все варианты ответов правильны

Ответы 5

2. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ

ПРОБЛЕМА НЕПОСРЕДСТВЕННОГО ВЫЖИВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СВЯЗАНА В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ С:

1. Оптимизацией работы с дебиторами и кредиторами
2. Созданием эффективной системы маркетинга.
3. Обеспечением социальной вовлеченности сотрудников
4. Внедрением передовых производственных технологий
5. Экономическим стимулированием работы по привлечению клиентов
6. Созданием системы управления запасами

Ответы 1,2,3,5,6

3. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА

НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА «ПЯТИ СИЛ КОНКУРЕНЦИИ», ВЫДЕЛЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ГРУПП И ПОСТРОЕНИИ «ЦЕПОЧКИ ЦЕННОСТЕЙ» РУКОВОДСТВО МОЖЕТ ВЫБРАТЬ ОДНУ ИЛИ НЕСКОЛЬКО ОБЩИХ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ, ТАК УТВЕРЖДАЮТ ПРЕДСТАВИТЕЛИ:

1. Школы власти
2. Школы культуры
3. Школы позиционирования
4. Школы дизайна
5. Школы стратегического планирования
6. Школы обучения
7. Школы предпринимательства

Ответ 3

4. УКАЖИТЕ НЕПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА
ОДИН ИЗ ВОЗМОЖНЫХ ВАРИАНТОВ ПРОВЕДЕНИЯ ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ PEST- анализа ПРЕДПОЛАГАЕТ:

1. Уточняется перечень внешних стратегических факторов, имеющих высокую вероятность реализации и воздействия на функционирование предприятия.
2. Дается оценка степени влияния каждого фактора-события на стратегию предприятия. «5» – сильное воздействие, «1» – отсутствие воздействия.
3. Определяется взвешенная оценка по каждому фактору путем деления силы его воздействия на его значимость (вес фактора).
4. Определяется суммарная взвешенная оценка по угрозам
5. Определяется суммарная взвешенная оценка по возможностям
6. Определяется суммарная взвешенная оценка по возможностям и угрозам, указывающая на степень готовности предприятия реагировать на текущие и прогнозируемые факторы.

Ответы 3

5. УКАЖИТЕ НЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА
КАРТА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ГРУПП ПОЗВОЛЯЕТ:

1. Выявить издержки конкурентов
2. Определить место конкурентов на рынке
3. Определить существуют ли на рынке свободные ниши
4. Выяснить по каким ценам конкуренты продают свою продукцию

Ответы 1

6. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА
ОПРЕДЕЛИТЕ ВЕСОВОЙ КОЭФФИЦИЕНТ ФАКТОРА «ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ» ПРИ СЛЕДУЮЩИХ РАНГОВЫХ ЗНАЧЕНИЯХ – ДОЛЯ РЫНКА -3 балла, ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ – 4 балла, ИЗДЕРЖКИ ПО СРАВНЕНИЮ С КОНКУРЕНТАМИ – 5 баллов, ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ – 4 балла:

1. 1,5
2. 0,85
3. 2,15
4. 0,5
5. 0,25

Ответы 5

7. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ
СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОГО РОСТА ВЫРАЖАЕТСЯ В:

1. Стремлении увеличить свою долю на традиционных рынках
2. Введении своего продукта на рынок в новых географических условиях
3. Стремлении увеличить объем реализации через улучшение или модификацию своего продукта
4. Приобретении в собственность или установление полного контроля над распределительной сетью
5. Стремлении получить в собственность или под полный контроль поставщиков сырья
6. Стремлении получить в собственность или под полный контроль своих конкурентов
7. Создании новых производств, совпадающих с профилем организации
8. Освоении выпуска новых продуктов, не совпадающих с традиционным профилем организации
9. Освоении новых непрофильных продуктов для традиционных потребителей организации

Ответы 7,8,9

8. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА

ОПРЕДЕЛИТЬ СОДЕРЖАНИЕ ДЕЙСТВИЙ ПО МАТРИЦЕ БКГ ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО МАКСИМАЛЬНЫЙ ТЕМП РОСТА РЫНКА ПО ПРОДУКТУ СОСТАВЛЯЕТ 20%. ТЕМП РОСТА РЫНКА ПО ПРОДУКТУ ОРГАНИЗАЦИИ – 15%, ДОЛЯ РЫНКА, БОЛЬШЕ ЧЕМ У ЛИДЕРА:

1. Долю соответствующего бизнеса следует сохранять или увеличивать
2. Установить оптимальные инвестиции и жестко их контролировать. Приток наличности направлять на развитие других бизнесов
3. Целевые инвестиции для улучшения положения или сохранять уже имеющуюся долю рынка или сократить данный бизнес
4. Сокращение или ликвидация данных бизнесов

Ответы 1

9. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА

ОПРЕДЕЛИТЬ СОДЕРЖАНИЕ ДЕЙСТВИЙ ПО МАТРИЦЕ МАК-КИНСИ ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ ОЦЕНЕНА В 2 БАЛЛА, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОТРАСЛИ В 3 БАЛЛА (ПО ПЯТИБАЛЬНОЙ ШКАЛЕ):

1. Сохранение и усиление позиции, в том числе за счет приоритетного инвестирования
2. «Короткие» эффективные инвестиции, связанные с высокой вероятностью исчезновения рынка
3. Четкое определение наиболее перспективных сегментов рынка и целевое инвестирование для развития бизнеса в этих сегментах
4. Очень избирательное инвестирование в очень прибыльные и наименее рискованные мероприятия
5. Полная ликвидация бизнеса

Ответы 4

10. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНУЮ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ

ОПРЕДЕЛИТЕ ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ДЕЙСТВИЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОДУКТОВО-МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

1. PEST- анализ, SNW-анализ, SWOT-анализ, Матрица решений
2. SNW-анализ, SWOT-анализ, PEST- анализ, Матрица решений
3. SWOT-анализ, PEST- анализ, Матрица решений, SNW-анализ
4. Матрица решений, SNW-анализ, SWOT-анализ, PEST- анализ

Ответы 1

Вопросы к зачету с оценкой

1. Международные и внутренние изменения, их влияние на стратегию предприятия.
2. Стратегические проблемы предприятия и классификация проблем.
3. Стратегический и оперативный менеджмент. Долгосрочное и стратегическое планирование.
4. Стратегический менеджмент: понятия и предпосылки. Концептуальные положения и основные черты стратегического управления.
5. Научные теории для формирования современной концепции стратегического управления. Школы стратегического управления
6. Организационные уровни стратегического управления. Сущность и характерные мероприятия для каждого уровня.
7. Формирование стратегии предприятия. Классификация стратегий. Сущность и характеристика стратегий поддержания.
8. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий концентрированного роста.

9. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий интегрированного роста.
10. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий диверсифицированного роста.
11. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий ухода.
12. Стратегии действий. Сущность и характеристика наступательных стратегий
13. Сущность и характеристика оборонительных и комбинированных стратегий действий.
14. Характеристики стратегий конкуренции. Преимущества и недостатки базовых конкурентных стратегий.
15. Этапы стратегического управления. Формирование миссии – стратегической установки организации.
16. Формирование стратегических целей. Установление стратегических целей по сферам, направлениям и показателям достижения цели.
17. Формирование стратегических целей. Установление стратегических целей по ключевым пространствам установления целей. Требования к стратегическим целям
18. Ситуационный анализ. Характеристики и цели анализа внешней среды предприятия. Матрицы возможностей и угроз.
19. PEST-анализ макросреды предприятия. Матрица профиля среды, взвешенная оценка, определение весовых коэффициентов.
20. Анализ непосредственного окружения. Анализ отрасли. Стратегическое значение экономических характеристик отрасли (в том числе, входные и выходные барьеры).
21. Факторы конкуренции в отрасли. Модель «пяти сил конкуренции» М. Портера.
22. Анализ положения конкурентов на рынке. Карта стратегических групп.
23. Выявление целей и стратегий конкурентов. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе.
24. Анализ микросреды. Оценка эффективности действующей стратегии компании.
25. Анализ микросреды. Выявление ресурсного потенциала организации.
26. Анализ конкурентоспособности компании по ценам и издержкам. Анализ цепочки создания ценности.
27. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия. Использование взвешенной оценки. SWOT- анализ. Матрица решений как результат SWOT- анализа.
28. Матрицы стратегического выбора в принятии решений. Матрица ADL-LC. Сущность, методика построения.
29. Матрицы стратегического выбора в принятии решений. Матрица БКГ. Сущность, методика применения, ограничения (правило соответствия).
30. Матрицы стратегического выбора в принятии решений. Матрица Мак-Кинси, сущность и методика построения.
31. Стратегии организации в зарождающейся отрасли и в отрасли на стадии зрелости.
32. Стратегии организации в отрасли на стадии роста и стадии стагнации или спада.
33. Функциональные стратегии и стадии жизненного цикла продукта.
34. Продуктово-маркетинговая стратегия. Этапы разработки. Риски реализации.
35. Стратегический маркетинг. Стратегия товара на разных этапах его жизненного цикла.
36. Стратегии ценообразования и их роль в разработке стратегии маркетинга.
37. Стратегии товаропродвижения, как элемент стратегии маркетинга.
38. Финансовая стратегия предприятия. Риски реализации финансовой стратегии.
39. Сущность и особенности разработки стратегии управления персоналом. Риски реализации стратегии управления персоналом.
40. Стратегия и организационная структура. Роль организационной структуры в реализации стратегии предприятия. Сетевые структуры.

41. Стратегия и техническая политика предприятия. Сущность и особенности разработки производственной стратегии. Риски реализации производственной стратегии.
42. Инновационная стратегия предприятия: сущность, содержание и риски реализации.
43. Стратегия организационных изменений. Оценка рисков при реализации стратегии.
44. Стратегический контроллинг: сущность и содержание.

Для подготовки к экзамену студент может воспользоваться литературой, представленной в пункте 8 рабочей программы.

Методические рекомендации для подготовки к дифференцированному зачету

Подготовка к зачету предполагает проработку материалов выполненных практических работ осуществляемую совместно с повторением теоретического материала по конспектам лекций, работы с литературой и сетевыми ресурсами.

При самостоятельном изучении материала следует использовать принцип «сжатия» (свертывания) информации: ее наглядного представления в виде информационных моделей (структурно-логических схем, таблиц и т.д.). От того, в какой степени сформировано умение использовать данный принцип в практической деятельности во многом зависит успешность усвоения материала.

При разработке тестовых заданий по всему курсу следует использовать подход, используемый при проектировании задач с ложной «установкой» (заложенной ошибкой). Умение проектировать тесты на основе такого подхода позволяет не только систематизировать приобретенное знание, но и формировать навык обнаружения ошибок. В случае затруднения при изучении дисциплины следует обращаться за консультацией к преподавателю.

Примерный перечень тем курсовых работ

В качестве примера определения структуры курсовой работы представлены 9 вариантов.

Вариант №1 Теоретические и методические основы проведения конкурентного анализа (на примере...)

1. Теоретические аспекты конкурентного анализа
 - 1.1. Сущность и содержание конкурентного анализа
 - 1.2. Анализ отрасли (на примере конкретной отрасли)
 - 1.3. Инструменты для осуществления конкурентного анализа
2. Методические аспекты конкурентного анализа (на примере конкретной организации)
 - 2.1. Общая характеристика организации и анализ отрасли (возможности и угрозы)
 - 2.2. Анализ конкурентов (карта стратегических групп, цели и стратегии конкурентов, ключевые факторы успеха)

Вариант №2 Основные направления достижения конкурентных преимуществ организации (на примере...)

1. Теоретические основы достижения конкурентных преимуществ организации в современных условиях
 - 1.1. Конкурентные преимущества: сущность и содержание
 - 1.2. Зарубежный и отечественный опыт достижения конкурентных преимуществ организации (конкретная отрасль)
 - 1.3. Технологии достижения конкурентных преимуществ
2. Методические аспекты достижения конкурентных преимуществ организации
 - 2.1. Общая характеристика организации
 - 2.2. Конкурентные преимущества организации и технология их достижения

Вариант №3 Анализ и реализация общих конкурентных стратегий организации (на примере ...)

1. Теоретические аспекты формирования общих конкурентных стратегий организации
 - 1.1. Конкурентные стратегии организации: сущность и содержание
 - 1.2. Зарубежный и отечественный опыт формирования конкурентных стратегий организации
 - 1.3. Специфика формирования конкурентных стратегий организаций (конкретная отрасль)
2. Формирование и реализация конкурентных стратегий организации
 - 2.1. Общая характеристика организации, ее сильные и слабые стороны
 - 2.2. Формирование и оценка возможности реализации конкурентных стратегий

Вариант №4 Стратегическая значимость ключевых элементов организации (на примере...)

1. Теоретические основания анализа ключевых элементов организации
 - 1.1. Ключевые элементы организации: сущность и содержание
 - 1.2. Зарубежный и отечественный опыт анализа ключевых элементов организации
 - 1.3. Технологии увеличения потенциала ключевых элементов организации
2. Анализ ключевых элементов организации (на примере конкретной организации)
 - 2.1. Ключевые элементы организации: сильные и слабые стороны.
 - 2.2. Разработка стратегических решений в контексте увеличения потенциала ключевых элементов организации (на примере конкретного предприятия).

Вариант №5 Анализ цепочки создания ценности (на примере конкретного предприятия).

1. Теоретические аспекты анализа цепочки создания ценности организации
 - 1.1. Цепочка создания ценности: сущность и содержание
 - 1.2. Зарубежный и отечественный опыт оптимизации цепочки создания ценности организации
 - 1.3. Перспективные технологии оптимизации цепочки создания ценности предприятий (конкретная отрасль промышленности)
2. Технологические аспекты оптимизации цепочки создания ценности организации
 - 2.1. Общая характеристика организации и анализ цепочка создания ценности
 - 2.2. Технология оптимизации цепочки создания ценности организации

Вариант №6 Стратегия управления персоналом организации: проблемы и перспективы (на примере ...)

1. Теоретические аспекты разработки стратегии управления персоналом организации
 - 1.1. Стратегия управления персоналом организации: сущность и технология реализации.
 - 1.2. Зарубежный и отечественный опыт разработки стратегий управления персоналом предприятий и организаций
 - 1.3. Технологии разработки стратегий управления персоналом и оценка их эффективности
2. Разработка стратегии управления персоналом организации (конкретная организация)
 - 2.1. Общая характеристика организации и оценка ее кадрового потенциала

2.2. Стратегия управления персоналом организации

Вариант №7 Стратегии ценообразования организации как составляющая стратегии маркетинга(на примере...)

1. Теоретические основы разработки стратегии ценообразования организации
 - 1.1. Сущность и содержание стратегии маркетинга организации
 - 1.2. Ценовые стратегии: зарубежный и отечественный опыт
 - 1.3. Анализ ценовых стратегий организаций (конкретная отрасль промышленности)
2. Разработки ценовой стратегии организации (на примере конкретной организации).
 - 2.1. Общая характеристика организации и анализ реализуемых стратегий ценообразования.
 - 2.2. Обоснование и выбор ценовой стратегии организации и оценка ее эффективности

Вариант №8 Проблемы и перспективы разработки товарной стратегии организации (на примере...)

1. Теоретические основы разработки товарной стратегии организации в современных условиях
 - 1.1. Товар: сущность и содержание понятия.
 - 1.2. Этапы разработки товарной стратегии организации.
 - 1.3. Существующие подходы к оценке эффективности разработанной товарной стратегии.
2. Разработка товарной стратегии организации (на конкретном примере)
 - 2.1. Общая характеристика организации и специфика реализуемой товарной стратегии.
 - 2.2. Комплекс мероприятий по совершенствованию товарной стратегии организации и оценка эффективности.

Вариант №9 Стратегии товародвижения и товаропродвижения в современной организации (на примере...)

1. Теоретические аспекты разработки стратегии товародвижения и товаропродвижения организации
 - 1.1. Сущность и содержание стратегий товародвижения и товаропродвижения организации.
 - 1.2. Отечественный и зарубежный опыт разработки и реализации стратегий товародвижения и товаропродвижения
 - 1.3. Стратегии товародвижения и товаропродвижения организаций (конкретная отрасль промышленности).
2. Анализ применяемых организацией стратегий товародвижения и товаропродвижения.
 - 2.1. Общая характеристика организации и анализ применяемых стратегий товародвижения и товаропродвижения.
 - 2.2. Мероприятия по совершенствованию стратегий товародвижения и товаропродвижения и оценка эффективности

Вариант №10 Диагностическое целеполагание как этап разработки стратегии организации (на примере...)

Вариант №11 Проблемы управленческого анализа, его место в разработке стратегии предприятия (на примере...)

Вариант №12 Требования к качеству и эффективности стратегических управленческих решений (на примере...)

Вариант №13 Организационная среда и ее влияние на выработку стратегии (на примере...)

Вариант №14 Теоретико-методологические аспекты проведения конкурентного анализа в условиях неопределенности внешней среды (на примере...)

Вариант №15 Анализ возможностей выбора конкурентных стратегий организации (на примере...)

Вариант №16 Теоретико-методологические основания выбора стратегий развития и стратегий действий организации (на примере...)

Вариант №17 Проблемы финансового анализа, его место в разработке стратегии предприятия (на примере...)

Вариант №18 Управление посредством выбора стратегических позиций и путем ранжирования стратегических задач (на примере...)

Вариант №19 Теоретико-методологические аспекты реализации стратегии организации (на примере...)

Вариант №20 Управление посредством выбора стратегических позиций и путем ранжирования стратегических задач (на примере...)

Вариант №21 Стратегии организационных изменений: проблемы и перспективы (на примере...)

Вариант №22 Основные направления достижения конкурентных преимуществ (на примере...)

Вариант №23 Управление в условиях стратегических неожиданностей: проблемы и перспективы (на примере...)

Вариант №24 Теоретико-методологические аспекты формулировки миссии и стратегических целей организации (на примере...)

Вариант №25 Теоретико-методологические аспекты определения стратегических альтернатив и выбора альтернативных решений (на примере...)

Вариант №26 Перспективы использования матриц стратегического выбора при разработке стратегии организации (на примере...)

7. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-3 Способен планировать и осуществлять стратегическое и тактическое управление процессами планирования и организации производства, а также деятельность по организации труда и оплате персонала		
ПК-3.1	Владеет способами и приемами выполнения типовых расчетов, необходимых для составления планов производственной деятельности организации, разработки технико-экономических нормативов для определения себестоимости продукции	Вопросы к дифференцированному зачету 1. Международные и внутренние изменения, их влияние на стратегию предприятия. 2. Стратегические проблемы предприятия и классификация проблем. 3. Стратегический и оперативный менеджмент. Долгосрочное и стратегическое планирование. 4. Стратегический менеджмент: понятия и предпосылки. Концептуальные положения и основные черты стратегического управления. 5. Научные теории для формирования современной концепции стратегического управления. Школы стратегического управления 6. Организационные уровни стратегического управления. Сущность и характерные мероприятия для каждого уровня. 7. Формирование стратегии предприятия. Классификация стратегий. Сущность и характеристика стратегий поддержания. 8. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий концентрированного роста. 9. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий интегрированного роста. 10. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий диверсифицированного роста. 11. Формирование стратегии предприятия. Сущность и характеристика стратегий ухода. 12. Стратегии действий. Сущность и характеристика наступательных стратегий 13. Сущность и характеристика оборонительных и комбинированных стратегий действий. 14. Характеристики стратегий конкуренции. Преимущества и недостатки базовых конкурентных стратегий. 15. Этапы стратегического управления. Формирование миссии – стратегической установки организации.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		16. Формирование стратегических целей. Установление стратегических целей по сферам, направлениям и показателям достижения цели. 17. Формирование стратегических целей. Установление стратегических целей по ключевым пространствам установления целей. Требования к стратегическим целям 18. Ситуационный анализ. Характеристики и цели анализа внешней среды предприятия. Матрицы возможностей и угроз. 19. PEST-анализ макросреды предприятия. Матрица профиля среды, взвешенная оценка, определение весовых коэффициентов. 20. Анализ непосредственного окружения. Анализ отрасли. Стратегическое значение экономических характеристик отрасли (в том числе, входные и выходные барьеры). 21. Факторы конкуренции в отрасли. Модель «пяти сил конкуренции» М. Портера. 22. Анализ положения конкурентов на рынке. Карта стратегических групп. 23. Выявление целей и стратегий конкурентов. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе. 24. Анализ микросреды. Оценка эффективности действующей стратегии компании. 25. Анализ микросреды. Выявление ресурсного потенциала организации. 26. Анализ конкурентоспособности компании по ценам и издержкам. Анализ цепочки создания ценности. 27. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия. Использование взвешенной оценки. SWOT- анализ. Матрица решений как результат SWOT- анализа. 28. Матрицы стратегического выбора в принятии решений. Матрица ADL-LC. Сущность, методика построения. 29. Матрицы стратегического выбора в принятии решений. Матрица БКГ. Сущность, методика применения, ограничения (правило соответствия). 30. Матрицы стратегического выбора в принятии решений. Матрица Мак-Кинси, сущность и методика построения. 31. Стратегии организации в зарождающейся отрасли и в отрасли на стадии зрелости. 32. Стратегии организации в отрасли на стадии роста и стадии стагнации или спада. 33. Функциональные стратегии и стадии жизненного цикла продукта. 34. Продуктово-маркетинговая стратегия. Этапы разработки. Риски реализации. 35. Стратегический маркетинг. Стратегия товара на разных этапах его жизненного цикла.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		36. Стратегии ценообразования и их роль в разработке стратегии маркетинга. 37. Стратегии товаропродвижения, как элемент стратегии маркетинга. 38. Финансовая стратегия предприятия. Риски реализации финансовой стратегии. 39. Сущность и особенности разработки стратегии управления персоналом. Риски реализации стратегии управления персоналом. 40. Стратегия и организационная структура. Роль организационной структуры в реализации стратегии предприятия. Сетевые структуры. 41. Стратегия и техническая политика предприятия. Сущность и особенности разработки производственной стратегии. Риски реализации производственной стратегии. 42. Инновационная стратегия предприятия: сущность, содержание и риски реализации. 43. Стратегия организационных изменений. Оценка рисков при реализации стратегии. 44. Стратегический контроллинг: сущность и содержание. Примерные тестовые задания 1. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ПРИ ВЫБОРЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ ПО МАТРИЦЕ ADL/LC УЧИТЫВАЕТСЯ: 1. Относительная доля рынка и темп его роста 2. Привлекательность рынка – конкурентная позиция 3. Привлекательность рынка – конкурентная позиция и стадия жизненного цикла отрасли 4. Привлекательность рынка – конкурентная позиция и стадия жизненного цикла отрасли и другие факторы 4. Конкурентная позиция – стадии жизненного цикла отрасли 2. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ЕСЛИ ПРЕДПРИЯТИЕ НЕ ОБЛАДАЕТ БОЛЬШИМ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ, ТО ЕМУ ЛУЧШЕ ВСЕГО ВЫБРАТЬ СТРАТЕГИЮ: 1. Лидерства по издержкам 2. Фокусирования 3. Оптимальных издержек 4. Дифференциации

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ : 1. Отвечает за все аспекты деятельности организации 2. Не имеет права подписи 3. Принимает окончательные решения 4. Всегда подчиняется линейному руководителю 4. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ФОРМИРУЕТСЯ ИСХОДЯ ИЗ: 1. Специфики организации масштабов ее деятельности и принятой стратегии 2. Знания основных тенденций в отрасли 3. Финансовых возможностей владельцев организации 4. Опыта и знаний руководителя 5. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ОПРЕДЕЛИТЬ СОДЕРЖАНИЕ ДЕЙСТВИЙ ПО МАТРИЦЕ МАК-КИНСИ ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ ОЦЕНЕНА В 2 БАЛЛА, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОТРАСЛИ В 3 БАЛЛА (ПО ПЯТИБАЛЬНОЙ ШКАЛЕ): 1. Сохранение и усиление позиции, в том числе за счет приоритетного инвестирования 2. «Короткие» эффективные инвестиции, связанные с высокой вероятностью исчезновения рынка 3. Четкое определение наиболее перспективных сегментов рынка и целевое инвестирование для развития бизнеса в этих сегментах 4. Очень избирательное инвестирование в очень прибыльные и наименее рискованные мероприятия 5. Полная ликвидация бизнеса 6. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ОПРЕДЕЛИТЬ СОДЕРЖАНИЕ ДЕЙСТВИЙ ПО МАТРИЦЕ БКГ ПРИ УСЛОВИИ, ЧТО ТЕМП РОСТА РЫНКА ПРОДУКТА ФИРМЫ СОСТАВЛЯЕТ 12%, ДОЛЯ РЫНКА ФИРМЫ, МЕНЬШЕ ЧЕМ У

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		ЛИДЕРА. МАКСИМАЛЬНЫЙ ТЕМП РОСТА РЫНКА 20%: 1. Долю соответствующего бизнеса следует сохранять или увеличивать 2. Установить оптимальные инвестиции и жестко их контролировать. Приток наличности направлять на развитие других бизнесов 3. Целевые инвестиции для улучшения положения или сохранять уже имеющуюся долю рынка или сократить данный бизнес 4. Сокращение или ликвидация данных бизнесов Практические работы Методологические основания планирования деятельности организации Контрольные вопросы и задания: 1. Определить роль и значение планирования в системе функций менеджмента. 2. Сформулировать задачи планирования в организации. 3. На основе анализа Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 № 172-ФЗ (статья 3) указать временные интервалы, которые определены для среднесрочного и долгосрочного периода планирования. 4. Раскройте сущность принципов планирования: а) единство научно-технических, социальных и экономических задач развития организации; б) научная обоснованность и оптимальность решений; в) доминирование стратегических аспектов в планировании; г) комплексность планирования; д) ресурсная сбалансированность планов; е) гибкость и эластичность планирования; ж) непрерывность планирования. Анализ макросреды организации Задание: 1. Дать характеристику выбранной для анализа организации организации: (спектр выполняемых работ, выпускаемых товаров, услуг).

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. Провести PEST–анализ, для трех сценариев развития событий, посредством построения матрицы профиля среды и с помощью построения матриц возможностей и угроз. 3. Сопоставить результаты, полученные при использовании различных методов оценки. 4. Выявить наиболее значимые возможности и угрозы для деятельности организации. Сделать вывод о соотношении возможностей и угроз. Анализ непосредственного окружения (мезосреды) Задание: 1. Провести анализ ближнего окружения, для трех сценариев развития событий, используя матричные методы оценки (матрицы профиля среды, возможностей и угроз). 2. Сопоставить результаты, полученные при использовании различных методов оценки. 3. Выявить наиболее значимые возможности и угрозы для деятельности организации. Сделать вывод о соотношении возможностей и угроз. Анализ микросреды организации и построение матрицы решений Задание: 1. Провести анализ микросреды организации с помощью <i>SNW</i>- анализа. 2. Уточнить перечень сильных и слабых сторон организации на основе комплексной оценки ее конкурентоспособности. 3. Построить матрицу <i>SWOT</i> на основе выявленных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз со стороны дальнего окружения (по итогам проведенного <i>PEST</i> – анализа) и ближнего окружения. 4. Построить матрицу решений: а) базовая матрица SO («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации»); б) матрица SOW («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации – внутренние слабые стороны организации»; в) матрица SOT («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации – внешние угрозы»). Матрицы стратегического выбора Задание: 1. Построить для своей организации модель <i>McKinsey</i> и определить набор стратегических инициатив в

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		соответствии с привлекательностью отрасли и занимаемой конкурентной позицией. 2. Построить для своей организации матрицу <i>ADL</i> и определить возможный набор инициатив в соответствии со стадией жизненного цикла отрасли и конкурентной позицией. 3. Сравнить результаты выбора стратегических инициатив, полученных с помощью данных моделей. 4. В соответствии с полученными данными, и с учетом матрицы решений разработанной на основе <i>SWOT</i>-анализа скорректировать для своей организации стратегию развития, стратегию конкуренции и стратегию действий. Разработка продуктово-маркетинговой стратегии организации Задание: 1. Для своей организации разработать продуктово-маркетинговую стратегию, опираясь на информацию, полученную по результатам стратегического анализа организации. 2. Разработать продуктово-маркетинговую программу для наиболее приоритетных продуктов организации.
ПК-3.2	Решает профессиональные задачи по экономическому планированию деятельности структурного подразделения организации	Примерные тестовые задания 1. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ЕСЛИ ПРЕДПРИЯТИЕ НЕ ОБЛАДАЕТ БОЛЬШИМ РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ, ТО ЕМУ ЛУЧШЕ ВСЕГО ВЫБРАТЬ СТРАТЕГИЮ: 1. Лидерства по издержкам 2. Фокусирования 3. Оптимальных издержек 4. Дифференциации 2. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ПРЕИМУЩЕСТВА ЭФФЕКТА МАСШТАБА СИЛЬНЕЕ ВСЕГО ПРОЯВЛЯЮТСЯ В: 1. Единичном производстве

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2. Мелкосерийном производстве 3. Опытном производстве 4. Массовом производстве 3. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА РЕЗУЛЬТАТ АНАЛИЗА СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН ОРГАНИЗАЦИИ, А ТАКЖЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И ПРЕПЯТСТВИЙ ЕЕ РАЗВИТИЯ, ЭТО : 1. Стратегическое планирование 2. Стратегия 3. SWOT-анализ 4. Стратегическое управление 5. Долгосрочное планирование 5. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА ПРИ ВЫБОРЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ ПО МАТРИЦЕ ADL/LC УЧИТЫВАЕТСЯ: 1. Относительная доля рынка и темп его роста 2. Привлекательность рынка – конкурентная позиция 3. Привлекательность рынка – конкурентная позиция и стадия жизненного цикла отрасли 4. Привлекательность рынка – конкурентная позиция и стадия жизненного цикла отрасли и другие факторы 5. Конкурентная позиция – стадии жизненного цикла отрасли 6. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ БАЗОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПРЕДПОЛАГАЕТ УЧЕТ: 1. Технического уровня производственного процесса и возможности модернизации оборудования 2. Уровня обеспеченности трудовыми ресурсами и их квалификации 3. Возможности быстрой переналадки оборудования 4. Инвестиционных приоритетов 5. Будущего спроса на продукцию 7. УКАЖИТЕ ПЕРВЫЕ ЧЕТЫРЕ ДЕЙСТВИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОДУКТОВО-МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ: 1. Определение продуктового профиля и выявление приоритетных позиций 2. Исследование жизненного цикла товаров

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		3. Выявление возможностей и угроз для продукта организации со стороны ближнего и дальнего окружения 4. SNW-анализ 5. Комплексная оценка конкурентоспособности предлагаемых товаров и услуг 6. SWOT-анализ и матрица решений на его основе 7. Выбор базовых конкурентных стратегий 8. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНУЮ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОПРЕДЕЛИТЕ ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ДЕЙСТВИЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОДУКТОВО-МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ 1. PEST- анализ, SNW-анализ, SWOT-анализ, Матрица решений 2. SNW-анализ, SWOT-анализ, PEST- анализ, Матрица решений 3. SWOT-анализ, PEST- анализ, Матрица решений, SNW-анализ 4. Матрица решений, SNW-анализ, SWOT-анализ, PEST- анализ Анализ микросреды организации и построение матрицы решений Задание: 1. Провести анализ микросреды организации с помощью <i>SNW</i>- анализа. 2. Уточнить перечень сильных и слабых сторон организации на основе комплексной оценки ее конкурентоспособности. 3. Построить матрицу <i>SWOT</i> на основе выявленных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз со стороны дальнего окружения (по итогам проведенного <i>PEST</i> – анализа) и ближнего окружения. 4. Построить матрицу решений: а) базовая матрица SO («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации»); б) матрица SOW («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации – внутренние слабые стороны организации»; в) матрица SOT («внешние возможности + внутренние сильные стороны организации – внешние угрозы»). Примерный перечень тем курсовых работ Вариант №1 Теоретические и методические основы проведения конкурентного анализа (на примере...) 3. Теоретические аспекты конкурентного анализа

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		1.1. Сущность и содержание конкурентного анализа 1.2. Анализ отрасли (на примере конкретной отрасли) 1.3. Инструменты для осуществления конкурентного анализа 4. Методические аспекты конкурентного анализа (на примере конкретной организации) 2.1. Общая характеристика организации и анализ отрасли (возможности и угрозы) 2.2. Анализ конкурентов (карта стратегических групп, цели и стратегии конкурентов, ключевые факторы успеха) Вариант №2 Основные направления достижения конкурентных преимуществ организации (на примере...) 3. Теоретические основы достижения конкурентных преимуществ организации в современных условиях 1.1. Конкурентные преимущества: сущность и содержание 1.2. Зарубежный и отечественный опыт достижения конкурентных преимуществ организации (конкретная отрасль) 1.3. Технологии достижения конкурентных преимуществ 4. Методические аспекты достижения конкурентных преимуществ организации 2.1. Общая характеристика организации 2.2. Конкурентные преимущества организации и технология их достижения Вариант №3 Анализ и реализация общих конкурентных стратегий организации (на примере ...) 3. Теоретические аспекты формирования общих конкурентных стратегий организации 1.1. Конкурентные стратегии организации: сущность и содержание 1.2. Зарубежный и отечественный опыт формирования конкурентных стратегий организации 1.3. Специфика формирования конкурентных стратегий организаций (конкретная отрасль) 4. Формирование и реализация конкурентных стратегий организации 2.1. Общая характеристика организации, ее сильные и слабые стороны 2.2. Формирование и оценка возможности реализации конкурентных стратегий

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Вариант №4 Стратегическая значимость ключевых элементов организации (на примере...) 3. Теоретические основания анализа ключевых элементов организации 1.1. Ключевые элементы организации: сущность и содержание 1.2. Зарубежный и отечественный опыт анализа ключевых элементов организации 1.3. Технологии увеличения потенциала ключевых элементов организации 4. Анализ ключевых элементов организации (на примере конкретной организации) 2.1. Ключевые элементы организации: сильные и слабые стороны. 2.2. Разработка стратегических решений в контексте увеличения потенциала ключевых элементов организации (на примере конкретного предприятия). Вариант №5 Анализ цепочки создания ценности (на примере конкретного предприятия). 3. Теоретические аспекты анализа цепочки создания ценности организации 1.1. Цепочка создания ценности: сущность и содержание 1.2. Зарубежный и отечественный опыт оптимизации цепочки создания ценности организации 1.3. Перспективные технологии оптимизации цепочки создания ценности предприятий (конкретная отрасль промышленности) 4. Технологические аспекты оптимизации цепочки создания ценности организации 2.1. Общая характеристика организации и анализ цепочка создания ценности 2.2. Технология оптимизации цепочки создания ценности организации Вариант №6 Стратегия управления персоналом организации: проблемы и перспективы (на примере ...) 3. Теоретические аспекты разработки стратегии управления персоналом организации 1.1. Стратегия управления персоналом организации: сущность и технология реализации. 1.2. Зарубежный и отечественный опыт разработки стратегий управления персоналом предприятий и организаций 1.3. Технологии разработки стратегий управления персоналом и оценка их эффективности 4. Разработка стратегии управления персоналом организации (конкретная организация) 2.1. Общая характеристика организации и оценка ее кадрового потенциала

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		2.2. Стратегия управления персоналом организации Вариант №7 Стратегии ценообразования организации как составляющая стратегии маркетинга(на примере...) 3. Теоретические основы разработки стратегии ценообразования организации 1.1. Сущность и содержание стратегии маркетинга организации 1.2. Ценовые стратегии: зарубежный и отечественный опыт 1.3. Анализ ценовых стратегий организаций (конкретная отрасль промышленности) 4. Разработки ценовой стратегии организации (на примере конкретной организации). 2.1. Общая характеристика организации и анализ реализуемых стратегий ценообразования. 2.2. Обоснование и выбор ценовой стратегии организации и оценка ее эффективности Вариант №8 Проблемы и перспективы разработки товарной стратегии организации (на примере...) 3. Теоретические основы разработки товарной стратегии организации в современных условиях 1.1. Товар: сущность и содержание понятия. 1.2. Этапы разработки товарной стратегии организации. 1.3. Существующие подходы к оценке эффективности разработанной товарной стратегии. 4. Разработка товарной стратегии организации (на конкретном примере) 2.1. Общая характеристика организации и специфика реализуемой товарной стратегии. 2.2. Комплекс мероприятий по совершенствованию товарной стратегии организации и оценка эффективности. Вариант №9 Стратегии товародвижения и товаропродвижения в современной организации (на примере...) 3. Теоретические аспекты разработки стратегии товародвижения и товаропродвижения

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		организации 1.1. Сущность и содержание стратегий товародвижения и товаропродвижения организации. 1.2. Отечественный и зарубежный опыт разработки и реализации стратегий товародвижения и товаропродвижения 1.3. Стратегии товародвижения и товаропродвижения организаций (конкретная отрасль промышленности). 4. Анализ применяемых организацией стратегий товародвижения и товаропродвижения. 2.1. Общая характеристика организации и анализ применяемых стратегий товародвижения и товаропродвижения. 2.2. Мероприятия по совершенствованию стратегий товародвижения и товаропродвижения и оценка эффективности Вариант №10 Диагностическое целеполагание как этап разработки стратегии организации (на примере...) Вариант №11 Проблемы управленческого анализа, его место в разработке стратегии предприятия (на примере...) Вариант №12 Требования к качеству и эффективности стратегических управленческих решений (на примере...) Вариант №13 Организационная среда и ее влияние на выработку стратегии (на примере...) Вариант №14 Теоретико-методологические аспекты проведения конкурентного анализа в условиях неопределенности внешней среды (на примере...) Вариант №15 Анализ возможностей выбора конкурентных стратегий организации (на примере...)

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Вариант №16 Теоретико-методологические основания выбора стратегий развития и стратегий действий организации (на примере...) Вариант №17 Проблемы финансового анализа, его место в разработке стратегии предприятия (на примере...) Вариант №18 Управление посредством выбора стратегических позиций и путем ранжирования стратегических задач (на примере...) Вариант №19 Теоретико-методологические аспекты реализации стратегии организации (на примере...) Вариант №20 Управление посредством выбора стратегических позиций и путем ранжирования стратегических задач (на примере...) Вариант №21 Стратегии организационных изменений: проблемы и перспективы (на примере...) Вариант №22 Основные направления достижения конкурентных преимуществ (на примере...) Вариант №23 Управление в условиях стратегических неожиданностей: проблемы и перспективы (на примере...) Вариант №24 Теоретико-методологические аспекты формулировки миссии и стратегических целей организации (на примере...) Вариант №25 Теоретико-методологические аспекты определения стратегических альтернатив и выбора альтернативных решений (на примере...)

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Вариант №26 Перспективы использования матриц стратегического выбора при разработке стратегии организации (на примере...)

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-3.3	Осуществляет деятельность по организации труда и оплаты персонала	1. УКАЖИТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ УКАЖИТЕ ЦЕЛИ И МЕТОДОЛОГИЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ 1. Достижение долговременного конкурентного преимущества на основе использования сильных сторон и компенсации слабостей компании Расчет результатов деятельности и потребности в ресурсах на длительный период 2. От настоящего к будущему 3. Повышение адаптационной способности компании, ее устойчивости под действием внешней среды 4. От будущего к настоящему и обратно в будущее 5. Оптимизация расхода ресурсов на основе применения моделей 6. Рентабельность, прибыльность 7. Поиск возможностей и разработка методов влияния на рыночную ситуацию в выгодном для себя свете 2. УКАЖИТЕ НЕПРАВИЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА К ЧИСЛУ ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЦЕЛЕЙ ОТНОСЯТ: 1. Реалистичность 2. Максимизация прибыли 3. Конкретность 4. Измеримость 5. Непротиворечивость 6. Горизонт планирования 3. УКАЖИТЕ НЕПРАВИЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ ТРАДИЦИОННО, СЧИТАЕТСЯ, ЧТО В МИССИИ ОРГАНИЗАЦИИ ДОЛЖНЫ НАЙТИ ОТРАЖЕНИЕ СЛЕДУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ: 1. Потребители 2. Продукция (услуги) 3. Рынки 4. Широкие экономические задачи фирмы 5. Философия 6. Самооценка 7. Забота об имидже 8. Оценка угроз 9. Оценка возможностей

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Вариант №6 Стратегия управления персоналом организации: проблемы и перспективы (на примере ...) 1. Теоретические аспекты разработки стратегии управления персоналом организации 1.1. Стратегия управления персоналом организации: сущность и технология реализации. 1.2. Зарубежный и отечественный опыт разработки стратегий управления персоналом предприятий и организаций 1.3. Технологии разработки стратегий управления персоналом и оценка их эффективности 2. Разработка стратегии управления персоналом организации (конкретная организация) 2.1. Общая характеристика организации и оценка ее кадрового потенциала 2.2. Стратегия управления персоналом организации

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Стратегический менеджмент» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме дифференцированного зачета.

Показатели и критерии оценивания на зачете:

- на оценку **«отлично»** (5 баллов) – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
- на оценку **«хорошо»** (4 балла) – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
- на оценку **«удовлетворительно»** (3 балла) – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
- на оценку **«неудовлетворительно»** (2 балла) – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.
- на оценку **«неудовлетворительно»** (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Курсовая работа выполняется под руководством преподавателя, в процессе ее написания обучающийся развивает навыки к научной работе, закрепляя и одновременно расширяя знания, полученные при изучении курса «Стратегический менеджмент». При выполнении курсовой работы обучающийся должен показать свое умение работать с нормативным материалом и другими литературными источниками, а также возможность систематизировать и анализировать фактический материал и самостоятельно творчески его осмысливать.

В процессе написания курсовой работы обучающийся должен разобраться в теоретических вопросах избранной темы, самостоятельно проанализировать практический материал, разобрать и обосновать практические предложения.

Показатели и критерии оценивания курсовой работы:

- на оценку **«отлично»** (5 баллов) – работа выполнена в соответствии с заданием, обучающийся показывает высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;
- на оценку **«хорошо»** (4 балла) – работа выполнена в соответствии с заданием, обучающийся показывает знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

- на оценку **«удовлетворительно»** (3 балла) – работа выполнена в соответствии с заданием, обучающийся показывает знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;
- на оценку **«неудовлетворительно»** (2 балла) – задание преподавателя выполнено частично, в процессе защиты работы обучающийся допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения поставленной задачи.
- на оценку **«неудовлетворительно»** (1 балл) – задание преподавателя выполнено частично, обучающийся не может воспроизвести и объяснить содержание, не может показать интеллектуальные навыки решения поставленной задачи.