

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



Проректор
по образовательной деятельности
А.А. Панфилов

« 30 » августа 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Стратегический менеджмент
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Профиль/программа подготовки Бизнес-информатика

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5	4/144	36	36		27	Экзамен (45)
Итого	4/144	36	36		27	Экзамен (45)

Владимир, 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» являются:

- приобретение теоретических знаний и практических навыков по стратегическому менеджменту, необходимых для инновационно-предпринимательской деятельности в сфере информационных технологий;
- развитие у выпускников стратегического, креативного мышления, ориентированного на перспективу, поиск оригинальных идей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегический менеджмент» относится к вариативной части, дисциплинам по выбору Б1.В.ДВ8.1 учебного плана.

Изучение дисциплины «Стратегический менеджмент» базируется на знаниях, навыках и умениях, полученных выпускниками при изучении дисциплин: «Менеджмент», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Реинжиниринг», «Страхование и управление рисками», «Экономика фирмы».

Знания и умения, полученные студентами в ходе изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» необходимы для освоения таких дисциплин как «Управление ИТ –сервисами и контентом», «Методы социально-экономического прогнозирования», «Управление персоналом», «Системы поддержки принятия решений», а также успешной подготовки и защиты ВКР, дальнейшей профессиональной самореализации бакалавра.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- умение проектировать и внедрять компоненты ИТ - инфраструктуры предприятия, обеспечивающие стратегические цели и поддержку бизнес-процессов (ПК-13);
- способность использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования (ПК-18);
- умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов (ПК-22).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

знать:

- основные понятия и категории стратегического менеджмента (ПК-13);
- стратегические цели и бизнес-процессы предприятия (ПК-13);

- основные методы выбора альтернативных стратегий и их анализа (ПК-13);
 - эффективные методы разработки и реализации стратегий, технологии принятия управленческих решений (ПК-13);
 - средства и способы контроля деятельности по реализации стратегии предприятия (ПК-13);
 - математические модели анализа внешней и внутренней среды предприятия (ПК-18);
 - процедуры организации деятельности по анализу прогнозированию и планированию на предприятии (ПК-18);
 - способы повышения конкурентоспособности предприятия (ПК-22);
 - особенности бизнес- процессов, перечень и степень влияния факторов внешней и внутренней среды на показатели эффективности бизнес- процессов предприятия (ПК-22);
- уметь:*
- разбираться в содержании стратегических целей и задачах по обеспечению и поддержке бизнес-процессов предприятия (ПК-13);
 - использовать соответствующие математические модели для обработки, анализа и систематизации информации для прогнозирования и планирования на предприятии (ПК-18);
 - консультировать заказчиков по вопросам создания и совершенствования электронных предприятий, имеющих различные стратегические цели, задачи и условия развития (ПК-22).

владеть:

- навыками анализа содержания стратегических целей и задач по обеспечению и поддержке бизнес-процессов предприятия (ПК-13);
- навыками использования соответствующих математических моделей для обработки, анализа и систематизации информации для прогнозирования и планирования на предприятии (ПК-18);
- навыками проведения консультаций заказчиков по вопросам создания и совершенствования электронных предприятий, имеющих различные стратегические цели, задачи и условия развития (ПК-22).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зет, 144 часа.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы,	СРС	КП / КР		
1	Тема 1. Национальная экономика, как сфера организации воспроизводственных процессов.	5	1	2	2					2 ч /50%	
2	Тема 2. Внутренняя и внешняя среда предприятия.	5	2	2	2					2 ч /50%/	
3	Тема 3. Ситуационный анализ.	5	3	2	2			4		2 ч /50%	
4	Тема 4. Определение стратегии. Требования, предъявляемые к стратегии предприятия.		4	2	2					2 ч /50%	
5	Тема 5. Классификация стратегий предприятия.	5	5	2	2			2		2 ч /50%	Рейтинг-контроль № 1
6	Тема 6. Генеральная стратегия предприятия. Эталонные стратегии.	5	6	2	2			4		2 ч /50%	
7	Тема 7. Функциональные стратегии предприятия.	5	7-8	4	4			6		4 ч /50%	
8	Тема 8. Частные стратегии предприятия.	5	9	2	2			2		2ч /50%	
9	Тема 9. Понятие стратегического решения на	5	10	2	2					2 ч /50%	

	предприятия.										
10	Тема 10. Прогнозирование как основа стратегического планирования на предприятии.	5	11	2	2			3		2 ч /50%	Рейтинг-контроль № 2
11	Тема 11. Корпоративные стратегии слияния и поглощения.		12	2	2					2 ч /50%	
12	Тема 12. Стратегии организационных изменений.		13	2	2					2ч /50%	
13	Тема13. Стратегический маркетинг: планирование и стратегии.		14	2	2					2 ч /50%	
14	Тема 14. Конкурентные преимущества предприятия и источники их формирования.	5	15	2	2					2ч /50%	
15	Тема 15. Конкурентные стратегии предприятия.	5	16	2	2			2		2 ч /50%	
16	Тема 16. Бизнес-планирование.		17	2	2			2		2 ч /50%	
17	Тема 17. Анализ действующей стратегии предприятия.	5	18	2	2			2		2 ч /50%	Рейтинг-контроль № 3.
Всего				36	36			27		36 ч/50%	Экзамен

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Национальная экономика как сфера организации воспроизводственных процессов

Понятие национальной экономики. Понятия “регион”, “экономический район”. Регион, как социально-экономическая система. Признаки регионального определения.

Тема 2. Внутренняя и внешняя среда предприятия.

Характеристика основных факторов внутренней среды фирмы. Характеристика основных факторов внешней среды фирмы. Характеристика изменяемой среды. Оценка стабильности внешней среды. Микро- и макроокружение предприятия. Методы анализа внутренней и внешней среды предприятия SWOT и PEST-анализ

Тема 3. Ситуационный анализ

Понятие ситуации и их различие по степени неопределенности. Понятие новой хозяйственной ситуации, остроты ситуации, овладение ситуацией. Сущность сигналов, предшествующих ситуации и их виды. Обстоятельства, определяющие эффективность управления на основе принятия гибких экстренных решений. Факторы успеха и неудач.

Тема 4. Определение стратегии. Требования, предъявляемые к стратегии предприятия.

Потенциалы стратегии. Критерии оценки эффективности стратегии. Проблемы, связанные с реализацией стратегии. Факторы, влияющие на стратегию предприятия.

Тема 5. Классификация стратегий предприятия.

Разновидности стратегий. Классификация стратегий по степени сложности. Классификация стратегий по направленности. Классификация стратегий по возможности реализации. Классификация стратегий по соответствию ресурсам. Особые стратегии.

Тема 6. Генеральная стратегия предприятия. Эталонные стратегии.

Понятие генеральной стратегии (видение, цели, миссия, стратегические задачи, предположения, приоритеты, ограничения, курс действий, правила, процедуры, политика, ключевые факторы успеха). Объекты генеральной стратегии. Ориентация генеральной стратегии. Эталонные стратегии.

Тема 7. Функциональные стратегии предприятия.

Функциональные стратегии предприятия: сущность и виды. Варианты стратегий роста. Стратегия сокращения масштабов деятельности (дезинвестирования). Стратегия сокращения бизнеса и перегруппировка производства с целью снижения издержек и приостановки падения реализации. Комбинированная (селективная) стратегия. Бизнес-стратегия и ИТ - стратегия предприятия. Понятие бизнес - стратегии организации. Основные элементы и этапы разработки ИТ-стратегии. Связь бизнес стратегии и ИТ-стратегии.

Тема 8. Частные стратегии предприятия.

Определение и основные понятия частных стратегий. Роль частных стратегий в реализации функциональных стратегий предприятия.

Тема 9. Понятие стратегического решения на предприятии.

Сущность принятия стратегического решения и объекты. Особенности стратегических решений. Требования к стратегическим решениям.

Тема 10. Прогнозирование как основа стратегического планирования на предприятии.

Субъекты участия в разработке стратегий. Понятие прогноза. Виды прогнозов. Основы составления прогнозов. Объекты прогнозирования. Этапы разработки прогнозов. Подходы в прогнозировании. Методы прогнозирования, классифицируемые по степени сложности. Методы прогнозирования, классифицируемые по способу обработки и анализа информации.

Тема 11. Корпоративные стратегии слияния и поглощения.

Основания для слияния и поглощения. Сопротивление приобретению: оборонительная тактика. Разделение компании.

Тема 12. Стратегии организационных изменений

Организационные изменения: понятие, виды, модели. Области стратегических изменений. Стадии реализации стратегического изменения. Управление реализацией стратегических изменений. Преодоление сопротивления изменениям. Стили проведения изменений.

Тема 13. Стратегический маркетинг: планирование и стратегии.

Сущность стратегического маркетингового планирования. Использование принципа сегментации в маркетинговой деятельности предприятий. Ситуационный анализ. Разработка программы маркетинга. Формирование продуктовой стратегии. Формирование сбытовой стратегии. Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок. Определение и реализация ценовой стратегии.

Тема 14. Конкурентные преимущества предприятия и источники их формирования.

Понятие и характеристика конкурентных преимуществ предприятия. Теория конкурентных преимуществ М. Портера. Классификация конкурентных преимуществ. Виды источников конкурентных преимуществ по М. Портеру. Принципы формирования конкурентных преимуществ. Этапы оценки конкурентных преимуществ

Тема 15. Конкурентные стратегии предприятия.

Конкурентные стратегии предприятия: сущность и виды. Области применения конкурентных стратегий. Варианты наступательных стратегий и область применения. Варианты оборонительных стратегий и область применения.

Тема 16. Бизнес-планирование.

Бизнес-план: сущность, цель, особенности, характеристика. Структура бизнес-плана. Технично-экономическое обоснование бизнес-плана

Тема 17. Анализ действующей стратегии предприятия.

Анализ действующей стратегии и основные вопросы, на которые необходимо ответить при отборе. Характеристика зарубежных методов управленческого анализа целей

и стратегий (характеристика и основные шаги). Содержание плана реализации стратегии. Группы факторов, определяющих успех в деле реализации стратегии. Группы факторов, снижающих эффективность реализации стратегии.

Темы практических занятий

Тема 1. Национальная экономика как сфера организации стратегических производственных процессов.

Тема 2. Внутренняя и внешняя среда предприятия.

Тема 3. Ситуационный анализ.

Тема 4. Определение стратегии. Требования, предъявляемые к стратегии предприятия.

Тема 5. Классификация стратегий предприятия.

Тема 6. Генеральная стратегия предприятия. Эталонные стратегии.

Тема 7. Функциональные стратегии предприятия.

Тема 8. Частные стратегии предприятия.

Тема 9. Понятие стратегического решения на предприятии.

Тема 10. Прогнозирование как основа стратегического планирования на предприятии.

Тема 11. Корпоративные стратегии слияния и поглощения.

Тема 12. Стратегии организационных изменений.

Тема 13. Стратегический маркетинг: планирование и стратегии.

Тема 14. Конкурентные преимущества предприятия и источники их формирования.

Тема 15. Конкурентные стратегии предприятия.

Тема 16. Бизнес-планирование.

Тема 17. Анализ действующей стратегии предприятия.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении дисциплины «Стратегический менеджмент» используются следующие образовательные, профессионально-ориентированные и научно-исследовательские технологии:

⇒ информационно-коммуникационные технологии (у студентов имеется возможность получать консультации от руководителя дистанционно, посредством электронной почты);

⇒ развивающие проектно-ориентированные технологии;

⇒ лично-ориентированные обучающие технологии (выстраивание для студента индивидуальной образовательной траектории с учетом его научных интересов и профессиональных предпочтений);

⇒ использование технологий презентации при представлении студентом итогов изучения тем, выполнения практических заданий;

Для реализации компетентного подхода в практику проведения занятий интегрированы интерактивные образовательные технологии, включая мультимедийные образовательные технологии, информационные технологии, в частности применяется:

⇒ программное обеспечение - *Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т.д.)*;

⇒ информационно - справочные системы: Консультант плюс, Гарант, иные ИСС;

⇒ электронные версии учебников, пособий, находящиеся в свободном доступе для студентов, обучающихся в вузе;

⇒ технологии базового, расширенного и профессионального поиска непатентной информации с использованием автоматизированной библиотечно-информационной системы – АБИС ОРАС–Global.

При проведении практических занятий используются:

⇒ подготовка презентаций учебного материала для совместного обсуждения, объективного контроля и мониторинга знаний студентов;

⇒ работа в команде (малой группе);

⇒ разрешение проблем — учебные задания, которые требуют от студентов умения мыслить, творчески усваивать знания и развивать навыки их практического применения;

⇒ проблемное обучение — стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы;

⇒ интеллектуальная разминка — активизация учебной деятельности студентов (как правило, в начале занятия) с выяснением степени усвоения учебного материала на уровне знания.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль знаний студентов производится в форме рейтинг - контроля на основе «Положения о рейтинговой системе комплексной оценки знаний студентов в

Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования “Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых” (ВлГУ)”, в котором предлагается следующее распределение баллов текущего контроля по видам работ.

Распределение баллов текущего контроля по видам работ

Промежуточная аттестация знаний студентов по дисциплине “Стратегический менеджмент” производится в 5-м семестре в форме экзамена.

Наименование занятий	Максимальное значение баллов
	Семестр 5. Итоговая аттестация - экзамен
1.Посещение занятий студентами	5
2. Рейтинг – контроль 1	10
3. Рейтинг – контроль 2	10
4. Рейтинг – контроль 3	15
5. Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	15
6. Дополнительные баллы (бонусы)	5

Задания для самостоятельной работы

Темы докладов

1. Инновационные стратегии компаний: тенденции и перспективы.
2. Стратегические резервы и ресурсы предприятий. Подходы к оценке.
3. Стратегические бизнес-планы и программы. Порядок и особенности разработки применительно к основным видам хозяйственных предприятий России.
4. SWOT-анализ в стратегическом менеджменте. Применение в условиях рынка России.
5. Экономический потенциал предприятий. Виды и методы определения.
6. Конкурентные преимущества предприятий в условиях рынка России. Методы оценки.
7. Внутриотраслевая конкуренция в условиях рынка России (с примерами анализа).
8. Внешние силы конкуренции и оценка положения предприятий на рынке России.
9. Матрица Бостонской консультационной группы и ее применение в стратегическом менеджменте в условиях России (с примерами).
10. SWOT-прогноз стратегического спроса на продукцию предприятия.
11. Стратегические группы конкурентов на отраслевом рынке.
12. Основные стратегии и их применение в условиях рынка России.
13. Стратегия диверсификации (с примерами применения в России).

14. Стратегии фокусирования (с примерами применения в России).
15. Стратегия синергизма (с примерами применения в России).
16. Стратегии предприятий на максимальной стадии подъема (с примерами применения в России).
17. Стратегия первопроходца (с примерами применения в России).
18. Стратегии рыночных реформ России (пенсионной, жилищно-коммунальной, земельной, образования, железнодорожного транспорта, вступления в ВТО и др.).
19. Стратегии глобализации и Россия (доклад на семинаре).
20. Стратегия инновационного развития экономики России до 2020 года.
21. Нововведения, как источник конкурентных преимуществ.
22. Методы удержания стратегического преимущества на рынке.
23. Влияние миссии и целей компании на выбор стратегии внедрения новой технологии.
24. Влияние государственной инвестиционной политики на стратегии фирм
25. Компьютерное моделирование в стратегическом менеджменте.
26. Стратегический менеджмент в российских условиях.
27. Стратегическое управление: от старых форм к новым реалиям.
28. Причины и последствия неверных стратегий.
29. Стратегия информационного развития предприятия.
30. Стратегические направления развития IT-индустрии в России.
31. IT-стратегия как часть бизнес-стратегии компании.
32. Стратегии Internet- экономики.
33. Динамическое моделирование стратегий развития компании.
34. Стратегии как источник возникновения новых видов бизнеса.
35. Моделирование организационных стратегий.
36. Инновации как путь к достижению стратегических преимуществ.
37. Парадоксы формирования и реализации стратегий.
38. Современные тенденции развития стратегий.

Вопросы к рейтинг-контролю № 1

1. Дайте определение понятия национальная экономика.
2. Дайте определения понятий "регион", "экономический район".
3. Дайте характеристику региона, как социально-экономической системы.
4. Перечислите признаки регионального определения.
5. Дайте характеристику основных факторов внутренней среды фирмы.
6. Дайте характеристику основных факторов внешней среды фирмы.
7. Дайте характеристику изменяемой среды.
8. Дайте характеристику микро и макроокружения предприятия.
9. Назовите методы анализа внутренней и внешней среды предприятия
10. Дайте определение понятия ситуация. Различие ситуаций по степени неопределенности.
11. Дайте определения понятий новая хозяйственная ситуация, острота ситуации, овладение ситуацией.
12. Раскройте сущность сигналов, предшествующих ситуации и назовите их виды.
13. Назовите обстоятельства, определяющие эффективность управления на основе принятия гибких экстренных решений.
14. Назовите факторы успеха и неудач.
15. Какие потенциалы стратегии Вы знаете?
16. Перечислите критерии оценки эффективности стратегии.
17. Какие проблемы связаны с реализацией стратегии?
18. Назовите факторы, влияющие на стратегию.
19. Что включает оценка стабильности внешней среды?
20. Раскройте сущность SWOT и PEST-анализа.

Вопросы к рейтинг-контролю № 2

1. Дайте классификацию стратегий по уровню управления, направленности развития, возрасту рынка и товара.
2. Дайте классификацию стратегий по характеру воздействия, характеру развития, направлению деятельности предприятия.
3. Дайте определение понятия генеральной стратегии.
4. Назовите объекты генеральной стратегии.
5. Перечислите эталонные стратегии.

6. Перечислите функциональные стратегии предприятия, раскройте их сущность и назовите виды.
7. Назовите варианты стратегий роста.
8. Раскройте сущность стратегии «сокращение масштабов деятельности».
9. Раскройте сущность стратегии «сокращение бизнеса и перегруппировка производства с целью снижения издержек и приостановки падения реализации».
10. Раскройте сущность комбинированной (селективной) стратегии.
11. Раскройте сущность частных стратегий.
12. Раскройте сущность бизнес-стратегии.
13. Назовите разновидности деловой стратегии.
14. Раскройте сущность принятия стратегического решения и назовите его объекты.
15. Раскройте особенности стратегических решений.
16. Дайте определение понятия прогноз. Назовите виды прогнозов.
17. Дайте изложение основ составления прогнозов. Назовите объекты прогнозирования.
18. Назовите этапы разработки прогнозов. Раскройте основные подходы, используемые в прогнозировании.
19. Назовите методы прогнозирования и дайте их классификацию.
20. Дайте определение понятия ориентация генеральной стратегии.
21. Перечислите требования к стратегическим решениям.

Вопросы к рейтинг-контролю № 3

1. Что является основанием для слияния и поглощения?
2. На чем основано сопротивление приобретению? В чем заключается оборонительная тактика?
3. Раскройте определение понятия организационные изменения, назовите их виды, модели. Перечислите области стратегических изменений.
4. Назовите стадии реализации стратегического изменения, перечислите особенности управления реализацией стратегических изменений.
5. Как преодолеть сопротивления изменениям? Назовите стили проведения изменений.
6. Раскройте сущность стратегического маркетингового планирования. Использование принципа сегментации в маркетинговой деятельности предприятий.
7. Как формируется продуктовая стратегия? Как формируется сбытовая стратегия?
8. Раскройте стимулирование сбыта в качестве средства воздействия на рынок.

9. Понятие и характеристика конкурентных преимуществ предприятия.
10. Раскройте классификацию конкурентных преимуществ.
11. Раскройте сущность принципов формирования конкурентных преимуществ предприятия.
12. Раскройте сущность конкурентных стратегий предприятия, назовите их виды, области применения.
13. Назовите варианты наступательных стратегий и области их применения.
14. Назовите варианты оборонительных стратегий и области их применения
15. Раскройте сущность бизнес-плана, его цель, особенности, характеристику.
16. Представьте структуру бизнес-плана.
17. В чем заключается процедура анализа действующей стратегии?
18. Перечислите группы факторов, определяющих успех в деле реализации стратегии.
19. Перечислите группы факторов, снижающих эффективность реализации стратегии.
20. Что включает технико-экономическое обоснование бизнес-плана?
21. Назовите виды источников конкурентных преимуществ по М. Портеру.

Вопросы к экзамену

1. Понятие национальной экономики.
2. Понятия “регион”, “экономический район”
3. Регион, как социально-экономическая система.
4. Признаки регионального определения.
5. Характеристика основных факторов внутренней среды фирмы. .
6. Характеристика основных факторов внешней среды фирмы.
7. Характеристика изменяемой среды. Оценка стабильности внешней среды.
8. Микро и макроокружение предприятия.
9. Методы анализа внутренней и внешней среды предприятия: SWOT и PEST-анализ.
10. Понятие ситуации. Различие ситуаций по степени неопределенности.
11. Понятия новой хозяйственной ситуации, остроты ситуации, овладение ситуацией.
12. Сущность сигналов, предшествующих ситуации и их виды.
13. Обстоятельства, определяющие эффективность управления на основе принятия гибких экстренных решений.
14. Факторы успеха и неудач.

15. Потенциалы стратегии.
16. Критерии оценки эффективности стратегии.
17. Проблемы, связанные с реализацией стратегии.
18. Факторы, влияющие на стратегию.
19. Классификация стратегий по уровню управления, направленности развития, возрасту рынка и товара.
20. Классификация стратегий по характеру воздействия, характеру развития, направлению деятельности.
21. Понятие генеральной стратегии (видение, цели, миссия, стратегические задачи, предположения, приоритеты, ограничения, процедуры, ключевые факторы успеха).
22. Объекты генеральной стратегии. Ориентация генеральной стратегии.
23. Эталонные стратегии.
24. Функциональные стратегии предприятия: сущность и виды.
25. Варианты стратегий роста.
26. Стратегия сокращения масштабов деятельности.
27. Стратегия «сокращение бизнеса и перегруппировка производства с целью снижения издержек и приостановки падения реализации».
28. Комбинированная (селективная) стратегия.
29. Определение и основные понятия частных стратегий.
30. Определение и основные понятия бизнес-стратегии.
31. Разновидности деловой стратегии (бизнес-стратегий).
32. Сущность принятия стратегического решения и объекты.
33. Особенности стратегических решений. Требования к стратегическим решениям.
34. Понятие прогноза. Виды прогнозов.
35. Основы составления прогнозов. Объекты прогнозирования.
36. Подходы в прогнозировании. Этапы разработки прогнозов.
37. Методы прогнозирования, и их классификация.
38. Основания для слияния и поглощения.
39. Сопротивление приобретению: оборонительная тактика. Разделение компании
40. Организационные изменения: понятие, виды, модели. Области стратегических изменений.
41. Стадии реализации стратегического изменения. Управление реализацией стратегических изменений.
42. Преодоление сопротивления изменениям. Стили проведения изменений
43. Сущность стратегического маркетингового планирования. Использование

- принципа сегментации в маркетинговой деятельности предприятий.
44. Формирование продуктовой стратегии. Формирование сбытовой стратегии.
 45. Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок.
 46. Понятие и характеристика конкурентных преимуществ предприятия.
 47. Классификация конкурентных преимуществ. Виды источников конкурентных преимуществ по М. Портеру.
 48. Принципы формирования конкурентных преимуществ.
 49. Конкурентные стратегии предприятия: сущность и виды. Области применения конкурентных стратегий.
 50. Варианты наступательных стратегий и область их применения
 51. Варианты оборонительных стратегий и область их применения
 52. Бизнес-план: сущность, цель, особенности, характеристика.
 53. Структура бизнес-плана. Техничко-экономическое обоснование бизнес-плана.
 54. Анализ действующей стратегии.
 55. Группы факторов, определяющих успех в деле реализации стратегии.
 56. Группы факторов, снижающих эффективность реализации стратегии.

Пример теста по дисциплине

1. Национальная экономика это:

- а). Экономика определенной страны, конкретного государства, рассматриваемая как целостная хозяйственная, социальная, организационная система, обладающая совокупным экономическим потенциалом, функционирующая в условиях государственного управления и регулирования, муниципального самоуправления, рыночных отношений;
- б). Совокупность уровней функционирования экономики страны: межгосударственный, общегосударственный, отраслевой, региональный, муниципальный, хозяйствующих субъектов, предпринимателей, домашних хозяйств;
- в). Сфера, в которой организуются процессы производства, распределения, перераспределения, обмена и потребления в рамках национального государства.

2. Структура национальной экономики – это

- а). Совокупность исторически сложившихся устойчивых, способных к воспроизводству функциональных взаимосвязей между различными единицами национальной экономики;
- б). Выделенные отрасли экономики и определение характера и сущности взаимосвязи между ними;

в). Географическое распределение производительных сил в рамках национальной экономики – разделение национальной экономики на различные экономические районы.

3. Структура конкретной национальной экономики постоянно изменяется, что связано:

а). С научно-техническим прогрессом, который изменяет характер производства;

б). С возникновением новых отраслей, что оказывает влияние на характер взаимосвязей в национальной экономике;

в). С воздействием культурных, социальных, психологических факторов.

4. Позиция государства по отношению к иностранному капиталу, созданию СП – является фактором:

а) экономическим;

б) политико-правовым;

в) социокультурным;

г) технологическим;

д) инвестиционным;

5. Укажите наиболее привлекательный регион с точки зрения экономического развития предприятия:

а). Со средним экономическим потенциалом;

б). Проблемные;

в). Депрессивные;

г). Развитые.

6. Общую ситуацию в отрасли определяют:

а). Основные экономические показатели, характеризующие отрасль;

б) Привлекательность отрасли с точки зрения перспектив получения прибыли;

в). Факторы, вызывающие изменение в структуре конкурентных сил отрасли;

г). Конкурентные силы, действующие в отрасли;

д). Конкурентные позиции компаний отрасли.

7. Стратегия это:

а). Интегрированная модель действий, предназначенных для достижения целей предприятия;

- б). Конкретный долгосрочный план достижения некоторой цели;
- в). Выбранное направление деятельности, функционирование и рамках которого должно привести организацию к достижению стоящих перед ней целей.

8. Что исключается из требований, предъявляемых к любым стратегиям:

- а). Логичность;
- б). Альтернативность;
- в). Совместимость с миссией организации;
- г). Этичность;
- д). Направленность на конкурентные преимущества.

9. Эксплерентная стратегия имеет недостатки:

- а) высокий риск;
- б) большие затраты;
- в) отсутствие перспектив сбыта;
- г) узкая специализация;
- д) неэластичность спроса.

10. К возможностям, позволяющим эффективно реализовать стратегию, относят:

- а) крупные финансовые ресурсы;
- б) лидерство;
- в) появление новых групп клиентов;
- г) приверженность потребителей;
- д) все сказанное верно.

11. Стратегия малого предприятия, направленная на использование преимуществ крупного предприятия предполагает:

- а) выпуск товара подобному товару крупного предприятия;
- б) выпуск оригинального товара;
- в) симбиоз с крупным предприятием;
- г) использование франчайзинга.

12. Укажите характеристики квадранта «дойная корова» в БКГ матрице:

- а) долю рынка удерживать или увеличивать;
- б) прибыль высока;

- в) потребность в ресурсах низкая;
- г) финансовые потоки положительные максимальные;
- д) все характеристики верные.

Задания «Верно» - «Неверно»

1. SWOT - анализ достаточно редко применяемый метод стратегического анализа
2. Рыночные возможности и угрозы используются как основа формирования стратегии, достижения конкурентных преимуществ.
3. Комбинация слабых сторон и появляющихся возможностей нацеливает стратегию на использование возможностей для преодоления существующих недостатков.
4. Комбинация сильных сторон и угроз ориентирует на укрепление потенциала и предотвращение возможных угроз внешнего окружения.
5. Для построения матрицы БКГ используют два показателя относительный темп роста рынка, подконтрольный данной фирме, и относительный темп роста прибыли данной фирмы.
6. Факторы оценки привлекательности позиции на рынке связаны с положением лидера на рынке.
7. Фрагментация отражает небольшие сегменты рынка.
8. Стратегия связанной диверсификации используется конгломератами
9. Функциональные стратегии предполагают действия, направленные на развитие рынка и на развитие товара.
10. Стратегия развития существующего товара на старом рынке наиболее успешна, но связана с весьма высокими затратами.

11. Виолентная стратегия – стратегия доминирования на обширном рынке крупных фирм за счет реализации массовому потребителю сравнительно дешевого товара среднего качества.

12. Стратегия первопроходца направлена на производство нестандартной уникальной продукции.

13. Коммутантная стратегия используется мелкими фирмами.

Практические задания

1. Следует ли переходить к выпуску новой модели, которая уже прошла испытания и готова к запуску в серию, если основная продукция предприятия выпускается уже 10 лет, но спрос остается стабильным и оснований тревожиться на ближайшие 1—2 года нет.

2. Фирма, действующая в отрасли, где кроме нее имеются другие крупные компании, планирует купить на аукционе предприятие, выпускающее 10% продукции отрасли. Остальные три компании добиваются того же.

Вопросы:

1. Какова должна быть стратегия по отношению к конкурентам?
2. Какие ситуационные решения следует предусмотреть?
3. В какой момент приводить в действие ситуационные решения?

3. Структура рынка, на котором действует ваша организация; приближается к идеальным условиям совершенной конкуренции. То есть имеется высокий спрос на товар, который выпускает ваша организация, большое число продавцов, отсутствие товаров-заменителей, одинаковая информационная обеспеченность товаропроизводителей.

Вопрос: Какую конкурентную стратегию Вы бы предпочли и почему?

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Основная литература

1. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент: учебник / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 237 с. - (Учебники для программы MBA ISBN 978-5-16-003763-9

Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414317>