

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)
6	4/144	18	36		54	Экзамен (36)
Итого	4/144	18	36		54	Экзамен (36)

Владимир, 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» являются:

– приобретение теоретических знаний и практических навыков, необходимых для инновационно-предпринимательской деятельности в сфере информационных технологий.

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы стратегического менеджмента (базовых понятий, концепций, моделей);
- ознакомиться с основами современного практического стратегического менеджмента моделями и методами, подходами и приёмами, используемыми в диагностике проблемной ситуации при разработке контента;
- овладеть практическими навыками решения типовых задач разработки и реализации стратегий организации;
- изучить и учесть в практической деятельности особенности, позитивный и негативный опыт зарубежных и отечественных предприятий в разработке и реализации стратегий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегический менеджмент» относится к вариативной части, дисциплинам по выбору В1.В.ДВ.6 учебного плана.

Изучение дисциплины «Стратегический менеджмент» базируется на знаниях, навыках и умениях, полученных выпускниками при изучении дисциплин: «Менеджмент», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Управление информационными технологиями сервисами и контентом», «Деловые коммуникации», «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 и (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы,	СРС	КП / КР		
1	Тема 1. Стратегический менеджмент: понятие, сущность, причины возникновения.	6	1-2	2	4					3 ч /50%	
2	Тема 2. Определение стратегии. Классификация стратегий. Требования, предъявляемые к стратегии предприятия.	6	3-4	2	4					3 ч /50%/	
3	Тема 3. Генеральная стратегия предприятия. Эталонные стратегии.	6	5-6	2	4			4		3 ч /50%	Рейтинг-контроль № 1
4	Тема 4. Функциональные стратегии предприятия	6	7-8	2	4					3 ч /50%	
5	Тема 5.. Частные стратегии предприятия	6	9-10	2	4			2		3 ч /50%	
6	Тема 6. Понятие стратегического решения на предприятии.	6	11-12	2	4			4		3 ч /50%	Рейтинг-контроль № 2

7	Тема 7.. Конкурентные преимущества предприятия и источники их формирования.	5	13-14	2	4			6		3 ч /50%	
8	Тема 8. Конкурентные стратегии предприятия.	6	15-16	2	4			2		3ч /50%	
9	Тема 9. Анализ действующей стратегии предприятия.	6	17-18	2	4					3 ч /50%	Рейтинг-контроль № 3.
Всего				18	36			54		27 ч /50%	Экзамен

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Стратегический менеджмент: понятие, сущность, причины возникновения

Стратегический менеджмент: понятие, сущность. Причины возникновения
Характеристика основных факторов внутренней и 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. Ситуационный анализ

Тема 2. Определение стратегии. Классификация стратегий предприятия. Требования, предъявляемые к стратегии предприятия.

Определение стратегии. Классификация стратегий по степени сложности. Классификация стратегий по направленности. Классификация стратегий по возможности реализации. Классификация стратегий по соответствию ресурсам. Особые стратегии. Потенциалы стратегии. Критерии оценки эффективности стратегии.. Факторы, влияющие на стратегию предприятия. Разновидности стратегий. Проблемы, связанные с реализацией стратегии

Тема 3. 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 4. Функциональные стратегии предприятия

Функциональные стратегии предприятия: сущность и виды. Варианты стратегий роста. Стратегия сокращения масштабов деятельности (дезинвестирования). Стратегия сокращение 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. Бизнес-план: сущность, цель, особенности, характеристика.

Тема 5. Частные стратегии предприятия.

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

Тема 6. Понятие стратегического решения на предприятии.

Сущность принятия стратегического решения. Объекты стратегического решения. Особенности стратегических решений. Требования предъявляемые к стратегическим решениям.

Тема 7. 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 8 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 9. 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. Стратегический менеджмент: понятие, сущность, причины возникновения

Тема 2. Определение стратегии. Классификация стратегий предприятия. Требования, предъявляемые к стратегии предприятия.

Тема 3. Генеральная стратегия предприятия. Эталонные стратегии.

Тема 4. Функциональные стратегии предприятия

Тема 5. Частные стратегии предприятия.

Тема 6. Понятие стратегического решения на предприятии.

Тема 7. Конкурентные преимущества предприятия и источники их формирования.

Тема 8 Конкурентные стратегии предприятия.

Тема 9. 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 ОПАС–Global.

При проведении практических занятий используются:

- ⇒ подготовка презентаций учебного материала для совместного обсуждения, объективного контроля и мониторинга знаний студентов;
- ⇒ работа в команде (малой группе);
- ⇒ творческие задания — учебные задания, которые требуют от студентов сообразительности и творчества;
- ⇒ 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 6-м семестре в форме экзамена.

Наименование занятий	Максимальное значение баллов
	Семестр 6. 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. Внутритраслевая 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. Стратегический менеджмент: понятие, сущность.
2. Причины возникновения стратегического менеджмента.
3. Характеристика основных факторов внутренней и внешней среды фирмы
4. Характеристика изменяемой среды.
5. Оценка стабильности внешней среды.
6. Микро и макроокружение предприятия.
7. Методы анализа внутренней и внешней среды предприятия SWOT и PEST-анализ.
8. Ситуационный анализ
9. Определение стратегии. Классификация стратегий по степени сложности
10. Классификация стратегий по направленности.
11. Классификация стратегий по возможности реализации.
12. Классификация стратегий по соответствию ресурсам.
13. Особые стратегии.
14. Потенциалы стратегии.
15. Критерии оценки эффективности стратегии..

16. Факторы, влияющие на стратегию предприятия.
17. Проблемы, связанные с реализацией стратегии
18. Понятие генеральной стратегии (видение, цели, миссия, стратегические задачи, предположения, приоритеты, ограничения, курс действий, правила, процедуры, политика, ключевые факторы успеха).
19. Объекты генеральной стратегии. Ориентация генеральной стратегии.
20. Эталонные стратегии.

Вопросы к рейтинг-контролю № 2

1. Функциональные стратегии предприятия: сущность и виды.
2. Варианты стратегий роста.
3. Стратегия сокращения масштабов деятельности (дезинвестирования).
4. Стратегия сокращения бизнеса и перегруппировка производства с целью снижения издержек и приостановки падения реализации.
5. Комбинированная (селективная) стратегия. Бизнес-стратегия и ИТ - стратегия предприятия.
6. Понятие бизнес - стратегии организации. Основные элементы и этапы разработки ИТ-стратегии.
7. Связь бизнес стратегии и ИТ-стратегии.
8. Бизнес-план: сущность, цель, особенности, характеристика.
9. Определение и основные понятия частных стратегий.
10. Роль частных стратегий в реализации функциональных стратегий предприятия.
11. Сущность принятия стратегического решения.
12. Объекты стратегического решения.
13. Особенности стратегических решений.
14. Требования, предъявляемые к стратегическим решениям.

Вопросы к рейтинг-контролю № 3

1. Понятие и характеристика конкурентных преимуществ предприятия.
2. Теория конкурентных преимуществ М. Портера.
3. Классификация конкурентных преимуществ.
4. Виды источников конкурентных преимуществ по М. Портеру.
5. Принципы формирования конкурентных преимуществ.
6. Этапы оценки конкурентных преимуществ
7. Конкурентные стратегии предприятия: сущность и виды.

- 8.Области применения конкурентных стратегий.
- 9.Варианты наступательных стратегий и область применения.
- 10.Варианты оборонительных стратегий и область применения.
- 11.Анализ действующей стратегии. Этапы анализа действующей стратегии.
- 12.Характеристика зарубежных методов управленческого анализа целей и стратегий (характеристика и основные шаги).
- 13.Содержание плана реализации стратегии.
- 14.Группы факторов, определяющих успех в деле реализации стратегии.
- 15.Группы факторов, снижающих эффективность реализации стратегии.

Вопросы к экзамену

- 1.Стратегический менеджмент: понятие, сущность.
- 2.Причины возникновения стратегического менеджмента.
- 3.Характеристика основных факторов внутренней и внешней среды фирмы
4. Характеристика изменяемой среды.
- 5.Оценка стабильности внешней среды.
- 6.Микро и макроокружение предприятия.
- 7.Методы анализа внутренней и внешней среды предприятия SWOT и PEST-анализ.
8. Ситуационный анализ
- 9.Определение стратегии. Классификация стратегий по степени сложности
- 10.Классификация стратегий по направленности.
- 11.Классификация стратегий по возможности реализации.
- 12.Классификация стратегий по соответствию ресурсам.
- 13.Особые стратегии.
- 14.Потенциалы стратегии.
- 15.Критерии оценки эффективности стратегии..
- 16.Факторы, влияющие на стратегию предприятия.
- 17.Проблемы, связанные с реализацией стратегии
- 18.Понятие генеральной стратегии (видение, цели, миссия, стратегические задачи, предположения, приоритеты, ограничения, курс действий, правила, процедуры, политика, ключевые факторы успеха).
- 19.Объекты генеральной стратегии. Ориентация генеральной стратегии.
- 20.Эталонные стратегии.
- 21.Функциональные стратегии предприятия: сущность и виды.

22. Варианты стратегий роста.
23. Стратегия сокращения масштабов деятельности (дезинвестирования).
24. Стратегия сокращения бизнеса и перегруппировка производства с целью снижения издержек и приостановки падения реализации.
25. Комбинированная (селективная) стратегия. Бизнес-стратегия и ИТ – стратегия предприятия.
26. Понятие бизнес - стратегии организации. Основные элементы и этапы разработки ИТ-стратегии.
27. Связь бизнес стратегии и ИТ-стратегии.
28. Бизнес-план: сущность, цель, особенности, характеристика.
29. Определение и основные понятия частных стратегий.
30. Роль частных стратегий в реализации функциональных стратегий предприятия.
31. Сущность принятия стратегического решения.
32. Объекты стратегического решения.
33. Особенности стратегических решений.
34. Требования, предъявляемые к стратегическим решениям.
35. Понятие и характеристика конкурентных преимуществ предприятия.
36. Теория конкурентных преимуществ М. Портера.
37. Классификация конкурентных преимуществ.
38. Виды источников конкурентных преимуществ по М. Портеру.
39. Принципы формирования конкурентных преимуществ.
40. Этапы оценки конкурентных преимуществ
41. Конкурентные стратегии предприятия: сущность и виды.
42. Области применения конкурентных стратегий.
43. Варианты наступательных стратегий и область применения.
44. Варианты оборонительных стратегий и область применения.
45. Анализ действующей стратегии. Этапы анализа действующей стратегии.
46. Характеристика зарубежных методов управленческого анализа целей и стратегий (характеристика и основные шаги).
47. Содержание плана реализации стратегии.
48. Группы факторов, определяющих успех в деле реализации стратегии.
49. Группы факторов, снижающих эффективность реализации стратегии.

Пример теста по дисциплине

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

- а). Со средним экономическим потенциалом;
- б). Проблемные;
- в). Депрессивные;
- г). Развитые.

2. 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.

3. 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.

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

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

5. Эксплерентная стратегия имеет недостатки:

- а) высокий риск;
- б) большие затраты;
- в) отсутствие перспектив сбыта;

- г) узкая специализация;
- д) неэластичность спроса.

б. . 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.

7. 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

8. 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.

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 МВА ISBN 978-5-16-003763-9

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

2. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 320 с. - (Справочники "ИНФРА-М") ISBN 978-5-16-009860-9

Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412045>

3. Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент:[электронный ресурс] / А.Н. Фомичев – М.: Дашков и К. 2014.- 468 с.

Режим доступа <http://www.studentlibrari.ru/book/ISBN9785394019746.html>.

б) Дополнительная литература

1. Аналоуи, Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий: [электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061100 «Менеджмент организаций» и 060800 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»: Пер. с англ. / Ф. Аналоуи, А. Карамии. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 400 с. (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 1-86152-962-7 (англ.), ISBN 5-238-00865-1 (русс.),

Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394645>

2. Андрейчиков, А. В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: Учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н.

Андрейчикова. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 396 с. ISBN 978-5-9558-0225-1

Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=363457>

3. Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 365 с. - (Высшее образование) ISBN 978-5-16-005115-4

Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=253142>

4. Казакова, Н.А. Стратегический менеджмент: учебник / Н.А. Казакова, А.В. Александрова, С.А. Курашова, Н.Н. Кондрашева; под ред. проф. Н.А. Казаковой. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 320 с. - (Высшее образование). ISBN 978-5-16-005028-7

Режим доступа

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=261613>

5. Романов, Е. В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Е.В. Романов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - (Высшее образование). ISBN 978-5-16-005135-2

Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=260068>

г) Периодические издания

1. Менеджмент и Бизнес-Администрирование: специализированное научно-практическое издание. – М.: Издательский Дом «Экономическая газета».

Издание включено в перечень ВАК ISSN: 2075-1826.

Режим доступа www.arpk.org.

2. Менеджмент в России и за рубежом: журнал.- М.: ЗАО «Финпресс»

Издание включено в перечень ВАК

Режим доступа www.MEVRIZ.RU

в) Интернет – ресурсы

1. <http://ecsocman.hse.ru/> Федеральный образовательный портал – Экономика, социология, менеджмент

2. <http://www.aup.ru/library/vn/002/> Электронные книги по менеджменту

3. http://www.e-executive.ru/publications/aspects/article_1439/ - Проект по созданию постоянно действующего в режиме он-лайн сообщества менеджеров-профессионалов. Актуальные проблемы управления.

4. <http://www.hrc.ru/> - Обзор последних новостей по менеджменту.

5. <http://www.mgeneral.com> - Management General. Бизнес-менеджмент.

6. <http://www.pamij.com> - Public Administration and Management: An Interactive Journal. Первый журнал в Интернет, посвященный Менеджменту и Администрированию.

7. <http://www.aup.ru/library/vn/002/> Электронные книги по менеджменту

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

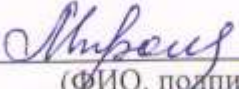
Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места для студентов;
- рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер (ноутбук) с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиапроектор;
- комплект мультимедийных презентаций по разделам курса дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.05 «Бизнес - информатика»

Рабочую программу составил  к.э.н., доц. Мирошникова Т.Д.
(ФИО, подпись)

Рецензент
(представитель работодателя) 
Генеральный директор ООО «ПКФ Росток» Михеев А.П.
(место работы, должность, ФИО, подпись)


Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 1-Р от 29.08.2016 года

Заведующий кафедрой  д.э.н., проф. Филимонова Н.М.
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 380503 «Бизнес - информатика»

Протокол № 1 от 30.08.2016

Председатель комиссии  д.э.н., проф. Тесленко И.Б.
(ФИО, подпись)