

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 21.06.2022 11:46:19

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**      Институт экономики предприятий

**Кафедра**      Менеджмента

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 9 от 31 мая 2022 г. )

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины**      Б1.В.08 Стратегический менеджмент

**Основная профессиональная образовательная программа**      43.03.02 Туризм программа Управление бизнесом в сфере туризма

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2022

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Стратегический менеджмент входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, География туризма, Экономика и управление в сфере услуг, Философия, История (история России, всеобщая история), Основы финансового и экономического анализа, Технологии работы в социальных сетях, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Организация санаторно-курортной деятельности, Транспортное обеспечение в туризме, Оценка стоимости бизнеса, Реклама и связи с общественностью в туризме, Управление рисками

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Стратегический менеджмент в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-1	УК-1.1: Знать:	УК-1.2: Уметь:	УК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий.	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен проектировать объекты туристской деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики	проектировать объекты туристской деятельности, применять	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками

	расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения	расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений
--	--	--	---

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	74.3/2.06
Занятия лекционного типа	36/1
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	35.7/0.99
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

#### очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	6.3/0.18
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	103.7/2.88
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Стратегический менеджмент представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Основные категории стратегического менеджмента	18	18			18	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.	Основы стратегического анализа и выработки стратегии	18	18			17,7	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
	Контроль	34					
	<b>Итого</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>0.3</b>	<b>2</b>	<b>35.7</b>	

#### очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Основные категории стратегического менеджмента	1	1			52	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.	Основы стратегического анализа и выработки стратегии	1	1			51,7	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
	Контроль	34					
	<b>Итого</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0.3</b>	<b>2</b>	<b>103.7</b>	

## 4.2 Содержание разделов и тем

### 4.2.1 Контактная работа

#### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Основные категории стратегического менеджмента	лекция	Основные понятия, концепции, модели и методологические основы стратегического менеджмента
		лекция	Общая экономическая стратегия организации
		лекция	Стратегии функционирования и развития
2.	Основы стратегического анализа и выработки стратегии	лекция	Формирования комплекса стратегии организации
		лекция	Стратегический ситуационный анализ и анализ конкурентной среды отрасли
		лекция	Разработка стратегий конкурентной борьбы. Формирование конкурентных преимуществ фирмы

		лекция	Стратегический маркетинг
--	--	--------	--------------------------

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Основные категории стратегического менеджмента	практическое занятие	Основные понятия, концепции, модели и методологические основы стратегического менеджмента
		практическое занятие	Общая экономическая стратегия организации
		практическое занятие	Стратегии функционирования и развития
2.	Основы стратегического анализа и выработки стратегии	практическое занятие	Формирования комплекса стратегии организации
		практическое занятие	Стратегический ситуационный анализ и анализ конкурентной среды отрасли
		практическое занятие	Разработка стратегий конкурентной борьбы. Формирование конкурентных преимуществ фирмы
		практическое занятие	Стратегический маркетинг

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основные категории стратегического менеджмента	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Основы стратегического анализа и выработки стратегии	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

### 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

#### 5.1 Литература:

##### Основная литература

1. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент : учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 507 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2929-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblioonline.ru/bcode/425854>

##### Дополнительная литература

1. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова.

— Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7127-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469734>

2. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 2. Функциональные стратегии : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7126-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470510>

## **5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business

2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

## **5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/>)

3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

## **5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»

2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

## **5.5. Специальные помещения**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран

	Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине Стратегический менеджмент:

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

### 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

#### Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-1.1: Знать:	УК-1.2: Уметь:	УК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий.	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях
Пороговый	процедуры критического анализа	принимать конкретные решения	методами установления причинно-следственных связей



Стандартный (в дополнение к пороговому)	процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования стратегий	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий.	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен проектировать объекты туристской деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений
Пороговый	основы проектирования объектов туристской деятельности	проектировать объекты туристской деятельности	навыками проектирования объектов туристской деятельности
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации	проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской	проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии,

	индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя	организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста
--	---	--	--

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Основные категории стратегического менеджмента	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Оценка докладов Тестирование	Экзамен
2.	Основы стратегического анализа и выработки стратегии	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Оценка докладов Тестирование	Экзамен

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Основные категории стратегического менеджмента	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность и задачи, основные категории стратегического менеджмента</li> <li>2. Формирование стратегического мышления менеджеров</li> <li>3. Оценка нестабильности факторов внешней окружающей среды. Методика Ансофа И. Выбор и обоснование видов стратегического управления</li> <li>4. Концепции и школы стратегического менеджмента</li> <li>5. Разработка комплекса внутрифирменных стратегий</li> <li>6. Эволюция теории стратегического менеджмента</li> <li>7. Типология фирм и их стратегии</li> <li>8. Маркетинговые стратегии фирмы. Национальный ромб М. Портера</li> <li>9. Стратегическое управление. Выбор вида стратегического управления. Активное, реактивное и стратегическое управление</li> <li>10. Концепция стратегического управления. Цели, миссия, задачи и функции стратегического управления</li> <li>11. Стратегическая ориентация фирмы в системе рыночных отношений. Алгоритм.</li> <li>12. Стратегии внешнеэкономической деятельности</li> <li>13. Методы и модели стратегического маркетинга</li> <li>14. Стратегический анализ конкурентов. Паспорт конкурента.</li> <li>15. Стратегическая оценка потенциала и конкурентного статуса фирмы</li> <li>16. Разработка стратегий конкурентной борьбы</li> <li>17. Разработка портфельной стратегии фирмы</li> <li>18. Разработка «Пирамиды стратегий» фирмы</li> <li>19. Технология разработки глобальной стратегий фирмы</li> <li>20. Стратегии диверсификационного роста</li> <li>21. Стратегии интенсивного роста фирмы</li> <li>22. Стратегии горизонтального роста и интеграции фирмы</li> </ol>

	23. Стратегии лидерства фирмы по издержкам. Методы анализа издержек М. Портера
Основы стратегического анализа и выработки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегия предпринимательства. Технология, содержание основных разделов.</li> <li>2. Система стратегического анализа фирмы</li> <li>3. Концепция стратегического менеджмента. Основные понятия, задачи, принципы.</li> <li>4. Организация разработки и выполнения стратегии</li> <li>5. Концепция стратегической ориентации фирмы в рынке</li> <li>6. Организация выполнения стратегии. Матричные методы позиционирования</li> <li>7. Стратегии диверсификации. Концепция, технология, инструментарий, классификация.</li> <li>8. Организация разработки стратегий. Анализ и формирование портфеля заказов</li> <li>9. Организация разработки стратегических решений и социо-проектирования новых ситуаций. Модель и технология</li> <li>10. Модель и технология формирования креативного менеджмента</li> <li>11. Разработка стратегии реформирования экономики России</li> <li>12. Разработка стратегии управления персоналом. Основные разделы. Персонал технологии. Время шивания знаний</li> <li>13. Технология разработки стратегии антикризисного управления</li> <li>14. Технология разработки глобальной стратегии</li> <li>15. Алгоритм и особенности применения метода «Мозгового штурма»</li> <li>16. Системный подход в стратегическом менеджменте. Понятие систем, неопределенности, энтропии, синергетики</li> <li>17. Пирамида стратегий фирмы. Комплекс корпоративных стратегий</li> <li>18. Организация разработки стратегий. Основные технологические этапы. Оценка бизнеса и ресурсно-потенциальных возможностей фирмы.</li> <li>19. Показатели оценки привлекательности сегмента рынка и конкурентного статуса фирмы</li> <li>20. Этапы разработки перспективного стратегического плана. Особенности. Критерии, нормативы и показатели планировании структурных подразделений.</li> <li>21. Модель и технология разработки стратегий</li> <li>22. Стратегии лидерства по инноватике. Технологические особенности и характеристики</li> <li>23. Разработка алгоритма технологии метода «Синектики»</li> <li>24. Разработка «Луковицей целей» фирмы</li> <li>25. Стратегический анализ состояния фирмы</li> <li>26. Глобальная стратегия фирмы. Задачи, структура. Условия, технология и принципы формирования.</li> <li>27. Стратегический анализ позиционирования параметров фирмы в выбранном сегменте рынка</li> <li>28. Структура и технология стратегического плана фирмы. Критерии, показатели планирования структурных подразделений на основе компьютерной сети</li> <li>29. Анализ издержек фирмы методом «Цепочка стоимости» Особенности цепочки стоимости Портера.</li> <li>30. Выбор и оценка рыночных позиций матричными методами (ВКГ, Мак Кинзи, Томпсона и др.)</li> <li>31. Концепция реформирования и стратегического развития экономики России</li> <li>32. Стратегический анализ факторов внешней окружающей среды</li> </ol>

	<p>33. Стратегии вертикальной интеграции</p> <p>34. Стратегические решения. Особенности, технология и методы разработки стратегических мышлений</p> <p>35. Разработка деловой стратегии бизнеса. Технологическая модель</p> <p>36. Алгоритм разработки стратегических решений</p> <p>37. Технологии разработки стратегий, целей, функций</p> <p>38. Этапы разработки пессимистического стратегического плана. Особенности. Критерии, показатели, нормативы.</p> <p>39. Концепция организационного развития предприятия. Методы управления изменения на предприятии.</p> <p>40. Организация стратегического развития фирмы на основе реструктуризации. Механизм стратегического управления проектом реструктуризации</p> <p>41. Разработка программы стратегического развития предприятия</p> <p>42. Общая экономическая стратегия. Пирамида стратегий</p> <p>Организация и структура оптимистического стратегического плана. Технология, показатели и нормативы стратегического планирования</p>
--	--

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами) <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1917>**

укажите задания

Стратегия организации это:

деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка

практическое использование методологии стратегического управления

генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей

обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов

Найдите неверный этап планирования

прогнозирование

формулирование целей

анализ внешней среды

Какая из стадий не относится к процессу реализации стратегий?

завершение стратегии

формирование стратегии

запуск стратегии

основные стратегические изменения

Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

функциональная стратегия

бизнес-стратегия

корпоративная стратегия

стратегия

Стратегия низких издержек особенно успешна, если:

эластичность спроса по цене высока

эластичность спроса по цене низка

эластичность спроса по цене нулевая

издержки в основном состоят из издержек на заработную плату

К видам конкурентной стратегии относятся:

стратегия низких издержек

портфельная стратегия  
стратегии дифференциации  
функциональная стратегия

К основным видам деятельности в цепочке ценностей относят:

материально-техническое обеспечение  
продажи  
закупки  
управление людскими ресурсами  
производство  
все вышеперечисленное

Задача стратегического контроля состоит в том, чтобы не допустить срыва и достичь стратегических целей...

да  
нет

В какие четырех проекциях разрабатываются стратегические карты?

Финансы и Бизнес-процессы  
Планы и Информация  
Государственная поддержка и Конкуренты  
Клиенты и Персонал

Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли:

концентрированного роста  
интегрированного роста  
диверсифицированного роста  
сокращения

Выделите наиболее значимые факторы, влияющие на стратегию компании:

экономические, социальные, политические, юридические, экологические  
условия конкуренции, общая привлекательность отрасли  
возможности и угрозы  
общие ценности и корпоративная культура  
сильные и слабые стороны компании, компетенции и конкурентные возможности

Организационные уровни пирамиды разработки стратегии для диверсифицированной компании:

корпоративный  
бизнес-стратегии  
функциональные стратегии  
операционные стратегии  
все перечисленные  
правильных ответов нет

Какая из стадий не относится к процессу реализации стратегий?

завершение стратегии  
формирование стратегии  
запуск стратегии  
основные стратегические изменения

Выделите подходы к реализации стратегии:

командный и коллаборативный  
культурный и кресцивный  
индивидуальный и организационный  
творческий и прогрессивный

Группа стратегий, которой относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию  
концентрированного роста  
интегрированного роста  
диверсификации  
сокращения

Кто впервые ввел понятие «диверсификация»?

Г. Минцберг

И. Ансофф

А. Чандлер

П. Друкер

Реализация стратегии предусматривает:

активизацию менеджеров всех уровней

выделение средств на реализацию стратегии

введение передового опыта и достижений науки в процессе реализации стратегии

стимулирование выполнения стратегического замысла

формирование корпоративной культуры

Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:

неправильной последовательности действий при их проведении

консервативности людей

воздействия внешних обстоятельств

недостатка ресурсов для осуществления изменений

Для школы человеческих отношений характерны:

содержательные теории мотивации

процессуальные теории мотивации

теория справедливости Адамса

Мобилизация организации, определение перспектив и целей относятся к:

обновлению

оживлению

рефреймингу

реструктуризации

К стратегиям для компаний-преследователей относятся:

стратегия роста за счет поглощения конкурентов

стратегия отличительного имиджа

завоевание лидерства по издержкам

наступательная стратегия для захвата доли рынка

стратегия превосходящего качества

все ответы верны

Отличительная черта ассортимента компании, реализующей стратегию широкой дифференциации:

большое количество модификаций продукта, широкий выбор, упор на дифференцирующие свойства

качественная базовая модель товара в нескольких модификациях

диапазон качества от среднего до высокого, количество модификаций от нескольких до многочисленных

Виды бизнеса, попадающие в три клетки, расположенные вдоль диагонали, идущей от нижнего левого к верхнему правому краю матрицы, то этот бизнес относится по матрице GE/McKinsey к: пограничным

сомнительным  
проигравшим  
победившим

С какой из данных моделей матрица Шелл/ДПМ имеет внешнее сходство?

Модель Бостонской консультативной группы

Модель Джеренал Электрик/Маккензи

Модель Артура де Литтл

Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Либо идти на увеличение доли бизнеса на рынке, либо довольствоваться тем, что достигнуто, либо сокращать данный бизнес»

«Собаки»

«Дойные коровы»

«Трудные дети»

«Звезды»

Какое положение не характеризует в стратегическом менеджменте мотивы несвязанной (конгломератной) диверсификации:

стремление закрепиться в растущих отраслях и/или отраслях с высокой нормой прибыли

распределение риска

использование опыта управления

оптимизация управления денежными потоками и инвестиционными ресурсами

Какое положение не характеризует в стратегическом менеджменте тип вертикальной интеграции:

полная интеграция производственной деятельности;

несвязанная интеграция;

частичная интеграция;

квазиинтеграция

Перечислите методы стратегического анализа внешней среды:

PEST

SWOT

SNW

метод ключевых вопросов

SWOT-анализ включает в себя:

анализ макрофакторов

анализ сильных сторон организации

анализ слабых сторон организации

анализ возможностей и вероятных угроз среды

все выше перечисленное

В чем отличие портфельной стратегии от конкурентной?

конкурентная стратегия – это выбор конкурентного преимущества, а портфельная – выбор общего направления роста и объектов инвестирования

конкурентная стратегия – это выбор в рамках одной конкретной сферы бизнеса, портфельная – выбор самих сфер бизнеса

портфельная стратегия не всегда конкурентна

конкурентная стратегия предполагает выбор из нескольких портфельных стратегий той, которая даст наибольшие преимущества в конкуренции

Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды – это стратегическое планирование

стратегия

SWOT – анализ

стратегическое управление

Сколько основных этапов включает в себя анализ предприятия

- 1
- 2
- 3
- 4

Главная опасность стратегии диверсификации заключается в  
рост числа конкурентов  
непонимание политики компании со стороны потребителей  
распыление сил  
сопротивление персонала

К макросреде организации следует относить следующий элемент  
конкурентную среду  
нормативно-правовую среду  
рынок труда  
СМИ

**Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)**

Раздел дисциплины	Задачи
Основные категории стратегического менеджмента	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Сущность и задачи, основные категории стратегического менеджмента.</li><li>2. Этапы развития стратегического менеджмента.</li><li>3. Понятие стратегической единицы бизнеса и портфеля предприятия.</li><li>4. Типы стратегий.</li><li>5. Пирамида стратегий.</li><li>6. Концепции и школы стратегического менеджмента.</li><li>7. Понятие экономической стратегии.</li><li>8. Операционные и функциональные стратегии.</li><li>9. Деловая стратегия бизнеса фирмы.</li><li>10. Корпоративная стратегия.</li><li>11. Формирование миссии предприятия.</li><li>12. Определение целей предприятия.</li><li>13. Содержание и принципы проведения стратегического анализа среды предприятия.</li><li>14. Анализ внешней среды предприятия.</li><li>15. Стратегический анализ внутренней среды предприятия.</li><li>16. Стратегический потенциал предприятия.</li><li>17. SWOT-анализ.</li><li>18. Матрица корреляционного SWOT-анализа.</li><li>19. PEST-анализ.</li><li>20. Отраслевой анализ.</li><li>21. Конкурентный анализ.</li><li>22. Базовые стратегии развития предприятия.</li><li>23. Стратегия роста.</li><li>24. Стратегии сокращения и стабильности.</li><li>25. Понятие диверсификации.</li><li>26. Стратегии диверсификации.</li><li>27. Комбинированные стратегии.</li><li>28. Портфельные стратегии предприятия.</li><li>29. Матрица БКГ.</li><li>30. Матрица Мак-Кинси.</li><li>31. Матрицы стратегического анализа малых и средних предприятий.</li></ol>



<p>Основы стратегического анализа и выработки</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Конкурентные преимущества предприятия как основа формирования конкурентной стратегии.</li> <li>2. Ключевые свойства конкурентного преимущества.</li> <li>3. Классификация конкурентных преимуществ.</li> <li>4. Группы конкурентных преимуществ.</li> <li>5. Типовые конкурентные стратегии, базирующиеся на достижении конкурентных преимуществ.</li> <li>6. Стратегия лидерства в издержках.</li> <li>7. Стратегия дифференциации.</li> <li>8. Стратегия фокусирования (концентрации).</li> <li>9. Конкурентные стратегии, основанные на доле рынка предприятия.</li> <li>10. Основные компоненты стратегического маркетинга.</li> <li>11. Товарная политика как инструмент маркетинга-микса.</li> <li>12. Ценовая политика как инструмент маркетинга-микса.</li> <li>13. Сбытовая политика как инструмент маркетинга-микса.</li> <li>14. Коммуникативная политика как инструмент маркетинга-микса.</li> <li>15. Стратегия управления персоналом.</li> <li>16. Процесс реализации стратегии.</li> <li>17. Операционные и функциональные стратегии.</li> <li>18. Деловая стратегия бизнеса фирмы.</li> <li>19. Корпоративная стратегия.</li> <li>20. Формирование миссии предприятия.</li> <li>21. Определение целей предприятия.</li> <li>22. Содержание и принципы проведения стратегического анализа среды предприятия.</li> <li>23. Анализ внешней среды предприятия.</li> <li>24. Стратегический анализ внутренней среды предприятия.</li> <li>25. Стратегический потенциал предприятия.</li> <li>26. SWOT-анализ.</li> <li>27. Матрица корреляционного SWOT-анализа.</li> <li>28. PEST-анализ.</li> <li>29. Отраслевой анализ.</li> <li>30. Конкурентный анализ.</li> <li>31. Базовые стратегии развития предприятия</li> </ol>
---	--

## 6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

### Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
«хорошо»	Стандартный УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
«удовлетворительно»	Пороговый УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне