

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Экономика труда и производственных комплексов»

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине

Б.1.3.6.2 «Стратегический менеджмент»

43.03.01 «Сервис»

Квалификация – бакалавр

Профиль «Социально-культурный сервис»

форма обучения – заочная  
курс – 5  
семестр – 9  
зачетных единиц – 5  
часов в неделю – 2  
всего часов – 180  
в том числе:  
лекции – 8  
коллоквиум - нет  
практические занятия – 12  
лабораторные занятия - нет  
интерактивные занятия – нет  
самостоятельная работа – 160  
зачет – нет  
экзамен – 9 семестр  
РГР – нет  
курсовая работа – нет  
курсовой проект - нет

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» является освоение студентами теоретических и практических знаний, развитие стратегического мышления, видения сложившихся ситуаций на макро- и микроуровне по отношению к объекту управления, понимание необходимых в этой связи стратегических мер, умение провести анализ и сделать обоснованные выводы по значимым проблемам и процессам управления, умение использовать методы управления в различных ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью, а также приобретение умений и навыков в области разработки и реализации стратегии управления организациями АПК в условиях нестабильности и неопределенности среды.

Задачи изучения дисциплины:

- получение студентами знаний о методах теории стратегического менеджмента, основных концепциях стратегического менеджмента, изучение специфических особенностей стратегического управления;
- приобретение умений, необходимых для освоения методов анализа внешней и внутренней среды организации, проведение конкурентного анализа;
- овладение методами системного анализа сложноорганизованных объектов, методами стратегического планирования как средствами изменения и развития организованных систем и целевого управления, построения организаций.
- приобретение знаний по освоению управленческого инструментария реализации стратегии, изучение направлений проведения стратегических изменений в организации;
- формирование у студентов мотивации к самообразованию за счет активизации самостоятельной познавательной деятельности..

В результате изучения дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» студент должен знать: природу стратегического управления и основные этапы его развития; основные теории стратегического менеджмента, особенности методологии стратегического управления основные теории стратегического менеджмента; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления.

Студент должен уметь использовать зарубежный и отечественный опыт управления современными организациями с использованием стратегического подхода, принимать эффективные решения, используя различные модели и методы принятия управленческих решений с позиции стратегического подхода, разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.

В целях закрепления изученного материала студенту необходимо произвести самоконтроль знаний, ответив на прилагаемые к теме тесты.

## **2. Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Перечень дисциплин, усвоение которых студентами необходимо для усвоения данной дисциплины. Дисциплина «Стратегический менеджмент» направления подготовки относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу. Студент должен до начала ее изучения освоить содержание учебной дисциплин, предшествующих, на котором непосредственно базируется дисциплина «Стратегический менеджмент» является «Теория менеджмента». Дисциплина «Стратегический менеджмент» является основополагающей для изучения дисциплины «Управление проектами». Особенностью дисциплины является формирование понимания ценности научного управления как наиболее точного и адекватного быстрым изменениям внешней среды

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК) и общепрофессиональными компетенциями (ОПК): ОПК-1, и ПК-1,2.

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса (ОПК-1);

готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1);

готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности

предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса

потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);

**знать:** природу стратегического управления и основные этапы его развития; основные теории стратегического менеджмента, особенности методологии стратегического управления основные теории стратегического менеджмента; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления.

**уметь:** использовать зарубежный и отечественный опыт управления современными организациями с использованием стратегического подхода;

принимать эффективные решения, используя различные модели и методы принятия управленческих решений с позиции стратегического подхода, разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.

**владеть:** методологией стратегического менеджмента; современными методами сбора, обработки и анализа управленческих, экономических и социальных данных; методикой анализа макроокружения организации, методами отраслевого анализа; навыками проведения конкурентного анализа; современной методикой разработки стратегий на основных организационных уровнях; методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.

#### 4. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темам и видам занятий

№ модуля	№ недели	№ темы	Наименование Темы	Часы/ Из них в интерактивной форме				
				Всего	Лекции	Лабораторные (колл)	Практические	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9 семестр								
	1	1.	Тема 1. Введение в стратегический менеджмент. Сущность и процесс стратегического менеджмента. Формирование стратегического видения и миссии организации.	31	1		4	26
	2	2.	Тема 2. Стратегический анализ внешней среды. Стратегический анализ внутренней среды.	31	1		2	28
	3	3.	Тема 3. Оценка конкурентоспособности и определение стратегических проблем организации. Стратегическое целеполагание.	29	1		2	26

	4	4.	Тема 4. Иерархия экономических стратегий. Типология стратегий роста.	29	1		2	26
	5	5.	Тема 5. Типы конкурентных стратегий. Наступательный и оборонительный характер стратегий.	29	1		2	26
	6	6.	Тема 6. Формирование стратегических альтернатив. Выбор и оценка стратегии. Основные задачи и процесс реализации стратегии.	33	1		2	28
Всего				180	6	0	14	160

### 5. Содержание лекционного курса

№ темы	Всего часов	№ Лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	
1.	1	1	Понятие стратегического менеджмента. Этапы развития стратегического менеджмента и их характеристика	[1,4,3]
2.	1	1	Миссия: исходный пункт формирования стратегического видения. Миссия организации и функциональных подразделений.	[2,5]
3.	1	2	Стратегический анализ микросреды. Анализ рынка: определение рынка емкость рынка, сегментация, жизненный цикл рынка, отраслевой и региональный рынок.	[3,6]
4.	1	2	Характеристика основных факторов внутренней среды. Стратегический анализ и прогноз экономического потенциала организации.	[4,6]
5.	1	3	Оценка прочности занимаемой организацией конкурентной позиции.	[7,5]
6.	1	3	Теоретическая сущность основных категорий: миссия, стратегическая цель,	[4,3]

			подцели, задачи.	
--	--	--	------------------	--

## 6. Содержание коллоквиумов

Не предусмотрены.

## 7. Перечень практических занятий

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Вопросы, отрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	
1	4	1,2	Объекты стратегического управления. Основные функции стратегического управления.	[1,4,3]
2	2	3	Миссия: исходный пункт формирования стратегического видения. Миссия организации и функциональных подразделений.	[2,5]
3	2	4	5 сил конкуренции М. Портера. Анализ покупателей. Анализ поставщиков. Анализ конкурентов. Анализ новичков.	[3,6]
4	2	5	Основные разделы и формирование системы показателей для анализа внутренней среды: производственный потенциал, трудовые ресурсы.	[4,6]
5	2	6	Оценка будущей конкурентной позиции фирмы (ухудшится или улучшится) при условии сохранения (с незначительной корректировкой) существующей стратегии.	[7,5]
6	2	7	Метод декомпозиции цели. Понятия «дерева целей», декомпозиция, многократная декомпозиция.	[4,3]

## 8. Перечень лабораторных работ

Не предусмотрены.

## 9. Задания для самостоятельной работы студентов

№ темы	Всего часов	Вопросы для самостоятельного изучения (задания)	Литература
1	2	3	4
1	28	Уровни стратегического	[1,4,3]

		управления. Краткосрочная и долгосрочная стратегии организации.	
2	26	Творческий подход к формированию стратегического видения.	[2,5]
3	26	Анализ новичков. Анализ товаров-заменителей. Формирование стратегических выводов.	[3,6]
4	26	Интенсивность и эффективность производства, маркетинг, финансовые показатели.	[4,6]
5	26	Оценка существующей стратегии поведения фирмы.	[7,5]
6	28	Декомпозиция, многократная декомпозиция.	[4,3]

### **10. Расчетно- графическая работа**

Не предусмотрена.

### **11. Курсовая работа**

Не предусмотрена.

### **12. Курсовой проект**

Не предусмотрен.

### **13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

#### **Вопросы для экзамена**

1. Сущность стратегического менеджмента.
2. Этапы развития стратегического менеджмента.
3. Понятие стратегии организации. Стратегия и политика.
4. Виды конкурентных преимуществ.
5. Анализ внешней среды организации.
6. Стратегическое и оперативное управление.
7. Процесс стратегического менеджмента
8. Стратегическое видение и миссия организации.
9. Определение стратегических целей организации, отрасли, региона.
10. Развитие стратегического мышления при постановке целей.

11. Анализ внутренней среды организации.
12. SWOT –анализ.
13. Анализ портфеля продукции. Матрица БКГ.
14. Использование анализа портфеля продукции в принятии стратегических решений.
15. Методы анализа производства и конкуренции.
16. Стратегический анализ издержек производства
17. Анализ конкуренции в отрасли. Модель пяти сил конкуренции М.Портера
18. Повышение конкурентных преимуществ организации.
19. Разработка корпоративной стратегии организации.
20. Информационное обеспечение стратегии.
21. Определение текущей стратегии организации.
22. Оценка конкурентного статуса организации и ее конкурентоспособности.
23. Стратегия и управленческий потенциал организации.
24. Стратегия и проектирование организационной структуры.
25. Кадровое обеспечение стратегии. Стратегия управления персоналом.
26. Разработка маркетинговой стратегии организации.
27. Разработка рекламной стратегии организации.
28. Антикризисная стратегия организации.
29. Стратегия развития отраслей растениеводства (животноводства).
30. Управление реализацией стратегии
31. Оценка стратегии. Критерии оценки стратегии.
32. Стратегический менеджмент и стратегическое планирование.
33. Основные (типовые) стратегии бизнеса.
34. Использование наступательных стратегий для закрепления конкурентных преимуществ.
35. Стратегия диверсифицированной организации.
36. Роль и функции руководителя в стратегическом менеджменте.
37. Стратегический контроль в организации: цели, задачи и принципы.
38. Система контроля: составляющие факторы, их характеристика и взаимосвязь.
39. Управление стратегическими изменениями в организации.
40. Организационная структура как объект стратегических изменений.
41. Формирование системы мотивации работников организации для поддержки стратегии.



42. Понятие корпоративной культуры. Составляющие корпоративной культуры.
43. Формирование корпоративной культуры. Факторы, влияющие на корпоративную культуру.
44. Корпоративная культура как объект стратегических изменений.
45. Стратегия и инновационная деятельность организации.
46. Управление проектом в системе стратегического менеджмента.
47. Взаимосвязь стратегического менеджмента с формами собственности и хозяйствования.
48. Отличительные черты стратегического менеджмента в хозяйственных товариществах и обществах, унитарных предприятиях и производственных кооперативах.
49. Стратегии конкуренции на международных рынках.
50. Стратегические альянсы, их преимущества и недостатки.

### **Вопросы для зачета**

Не предусмотрено.

### **Тестовые задания по дисциплине**

**1. Какие из следующих утверждений вы считаете верными:**

- существуют оптимальные для всех фирм стратегии;
- процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален;
- фирмы должны использовать единые методы стратегического управления;
- при выработке стратегии фирмы учитывают некоторые обобщенные принципы.

1) первое;

2) второе;

3) третье;

4) четвертое.

**2. Перенос центра внимания высшего руководства фирмы на окружение с целью своевременного реагирования на происходящие в нем изменения характерен для перехода от:**

1) текущего планирования к долгосрочному;

2) стратегического планирования к стратегическому управлению;

3) долгосрочного планирования к стратегическому.

**3. Миссия организации сформулирована следующим образом: «Организация существует для производства товаров и услуг с целью получения дохода от их реализации».**

Такая формулировка миссии характерна для:

- 1) стратегического управления;
- 2) оперативного управления;
- 3) обоих видов управления.

**4. Что является характерным для менеджеров при стратегическом управлении:**

- 1) ориентация внутрь организации;
- 2) поиск путей более эффективного использования ресурсов;
- 3) поиск новых возможностей в конкурентной борьбе;
- 4) отслеживание и адаптация к изменениям в окружении;
- 5) ориентация на внешнюю среду.

**5. Какие из следующих положений характерны для принципов управления персоналом в рамках стратегического управления:**

- 1) работники — это ресурс организации;
- 2) персонал — это исполнители отдельных работ и функций;
- 3) работники — основа организации;
- 4) работники — основная ценность организации;
- 5) персонал — это источник благополучия фирмы.

**6. Эффективность деятельности и управления предприятием определяется прибыльностью и рациональностью использования производственного потенциала.**

Такая оценка эффективности характерна для:

- 1) стратегического управления;
- 2) оперативного управления;
- 3) текущего управления.

**7. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что:**

- 1) окружение не будет изменяться;
- 2) в окружении не будет происходить качественных изменений;
- 3) в окружении постоянно будут происходить изменения.

**8. При стратегическом управлении планы организации:**

- 1) предусматривают только конкретные действия в настоящем и будущем;
- 2) базируются на четко известном и неизменном конечном состоянии;
- 3) фиксируют желаемое в будущем состояние организации;

4) позволяют организации реагировать на изменения в окружении.

## **9. Определение степени концентрации продаж и прибылей фирмы**

**в одной стратегической зоне хозяйствования помогает:**

- 1) оценить стратегическую уязвимость фирмы;
- 2) оценить эффект синергии;
- 3) осуществить балансирование стратегических зон хозяйствования на различных стадиях жизненного цикла.

**10. Большая эффективность труда вследствие специализации по видам и методам работы, технологических инноваций в производственных процессах, оптимальной загрузки оборудования, более полного использования ресурсов, внедрения новых концепций товара является эффектом:**

- 1) масштаба производства;
- 2) кривой опыта;
- 3) масштаба деятельности;
- 4) синергии.

## **11. Какое из следующих утверждений вы считаете правильным:**

- стратегическое управление — новая прогрессивная форма управления, поэтому организации могут перейти к ней легко и быстро;
- переход к стратегическому управлению требует определенных затрат времени, но не ресурсов;
- для того чтобы в организации начал осуществляться процесс стратегического управления, требуются огромные усилия;
- переход к стратегическому управлению требует больших затрат времени и ресурсов.

- 1) первое;
- 2) второе;
- 3) первое и второе;
- 4) второе и третье;
- 5) третье;
- 6) третье и четвертое;
- 7) четвертое.

**12. Явление, когда доходы от совместного использования ресурсов**

**превышают сумму доходов от отдельного использования те же ресурсы,**

**называют эффектом:**

- 1) масштаба производства;
- 2) кривой опыта;

- 3) масштаба деятельности;
- 4) синергии.

**13. Какова последовательность действий в рамках стратегического управления?**

- 1) определение целей — определение миссии — выбор стратегии;
- 2) выбор стратегии — определение миссии — определение целей;
- 3) определение миссии — определение целей — выбор стратегии;
- 4) определение миссии — выбор стратегии — определение целей.

**14. Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам:**

- 1) высокого ранга;
- 2) низкого ранга.

**15. Какие из перечисленных факторов определяют конкурентную силу поставщика организации:**

- 1) уровень специализации поставщика;
- 2) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами;
- 3) темпы инфляции и нормы налогообложения;
- 4) все перечисленные факторы.

**16. Конкурентная среда организации определяется:**

- 1) только внутриотраслевыми конкурентами;
- 2) внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию;
- 3) фирмами, производящими замещающий продукт;
- 4) только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом.

**17. В процессе структурированного наблюдения:**

- 1) исследуются и фиксируются только те виды поведения, которые заранее определены, а все остальные игнорируются;
- 2) фиксируются все виды поведения изучаемого объекта в конкретной ситуации.

**18. К какой составляющей SWOT-анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы:**

- хорошая репутация;
- расширение производственной линии;
- вертикальная интеграция;
- удовлетворение своим положением относительно конкурирующих

фирм.

- 1) сильные стороны;
- 2) слабые стороны;
- 3) возможности;
- 4) угрозы.

**19. Повторные исследования с одинаковой структурой выборки и каждый раз с одними и теми же участниками, отбирающимися по специальной методике, являются:**

- 1) мониторингом;
- 2) панельными исследованиями;
- 3) бенчмаркингом.

**20. Для школы человеческих отношений характерны:**

- 1) содержательные теории мотивации;
- 2) процессуальные теории мотивации;
- 3) теория справедливости Адамса.

**21. В ситуации, когда сотрудники не готовы к разрешению задачи, но хотят научиться ее выполнять, наиболее целесообразным стилем лидерства в соответствии с моделью Херши—Бланшарда является:**

- 1) инструктирование;
- 2) делегирование;
- 3) поддержка;
- 4) привлечение.

**22. Миссия организации:**

- 1) дает конкретные указания относительно вида и сроков деятельности;
- 2) задает основные направления движения организации;
- 3) определяет отношение организации к процессам внутри и во вне ее.

**23. Для каких целей организации характерна наибольшая детализация и конкретизация?**

- 1) для краткосрочных;
- 2) для среднесрочных;
- 3) для долгосрочных.

**24. Цели организации должны:**

- 1) задавать общие направления функционирования организации;
- 2) четко и конкретно фиксировать конечное состояние;
- 3) задавать конкретные сроки выполнения;

4)определять ответственных за достижение определенных целей.

**25. К какой группе стратегий относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию:**

- 1)концентрированного роста;
- 2)интегрированного роста;
- 3)диверсификации;
- 4)сокращения.

**26. Какой тип стратегии (из группы стратегии концентрированного роста) выбрала фирма, прилагающая большие усилия в области маркетинга и стремящаяся завоевать лучшие позиции с данным продуктом на данном рынке:**

- 1)стратегию развития рынка;
- 2)стратегию развития продукта;
- 3)стратегию проникновения на рынок.

**27. Какая стратегия наиболее привлекательна для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли:**

- 1)концентрированного роста;
- 2)интегрированного роста;
- 3)диверсификации;
- 4)сокращения.

**28. Какая из перечисленных стратегий развития предполагает отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе:**

- 1)стратегия развития продукта;
- 2)стратегия обратной вертикальной интеграции;
- 3)стратегия «сбора урожая»;
- 4)стратегия конгломератной диверсификации;
- 5)стратегия сокращения расходов.

**29. Может ли фирма на практике одновременно реализовывать несколько стратегий:**

- 1)может;
- 2)не может;

3) может, только если это многоотраслевая компания.

**30. Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми):**

- 1) сильные стороны отрасли;
- 2) сильные стороны фирмы;
- 3) цели фирмы;
- 4) интересы высшего руководства;
- 5) квалификация работников;
- 6) степень зависимости от внешней среды;
- 7) все перечисленные факторы.

**31. Какие стратегии должны выбирать лидирующие фирмы, если отрасль идет к упадку:**

- 1) концентрированного роста;
- 2) интегрированного роста;
- 3) диверсификации;
- 4) сокращения.

**32. Какие стратегии может выбрать фирма, имеющая слабые конкурентные позиции, при быстром росте рынка:**

- 1) пересмотр стратегий концентрации;
- 2) диверсификация;
- 3) горизонтальная интеграция или слияние;
- 4) сокращение;
- 5) вертикальная интеграция;
- 6) ликвидация.

**33. Какие из следующих факторов могут влиять на выбор стратегии:**

- 1) наличие финансовых ресурсов;
- 2) отношение высшего руководства к риску;
- 3) обязательства по предыдущим стратегиям;
- 4) личные симпатии и антипатии руководителей;
- 5) все перечисленные факторы.

**34. Какие стратегии может выбрать фирма, имеющая сильные конкурентные позиции, при медленном росте рынка:**

- 1) совместное предприятие в новой области;
- 2) концентрическая диверсификация;
- 3) горизонтальная интеграция или слияние;
- 4) сокращение;
- 5) вертикальная интеграция;
- 6) конгломератная диверсификация.

**35. Какие из перечисленных факторов определяют выбор той или иной организационной структуры:**

- 1) степень разнообразия деятельности фирмы;
- 2) размер фирмы;
- 3) географическое размещение фирмы;
- 4) технология фирмы;
- 5) отношение со стороны руководителей и сотрудников;
- 6) динамизм внешней среды;
- 7) все перечисленные факторы.

**36. Ключевая роль в проведении стратегических изменений и мобилизации потенциала организации принадлежит:**

- 1) руководству организации;
- 2) непосредственным исполнителям;
- 3) руководителям среднего звена и непосредственным исполнителям;
- 4) научным и инженерно-техническим сотрудникам;
- 5) в равной степени всем работникам организации.

**37. К основным видам деятельности в цепочке ценностей относят:**

- 1) материально-техническое обеспечение;
- 2) продажи;
- 3) закупки;
- 4) управление людскими ресурсами;
- 5) производство;
- 6) все вышеперечисленное.

**38. По осям матрицы Бостонской консалтинговой группы фиксируются:**

- 1) оценка привлекательности отрасли;
- 2) темпы роста отрасли;
- 3) объем продаж;
- 4) оценка рентабельности отрасли;
- 5) относительная доля рынка;
- 6) оценка конкурентного статуса фирмы;
- 7) стратегический норматив.

**39. Для механистической модели организации теоретической базой явилась:**

- 1) школа научного менеджмента;
- 2) школа административного управления;
- 3) школа человеческих отношений.



**40. Мобилизация организации, определение перспектив и целей относятся к:**

- 1)обновлению;
- 2)оживлению;
- 3)рефреймингу;
- 4)реструктуризации.

**41. Для правильного формулирования стратегических целей используется такой инструмент как:**

- 1) SMART-принцип;
- 2) анализ цепочки ценностей;
- 3) SWOT-анализ.

#### **Ответы к тестам**

1.2, 4	15. 1, 2	29. 1
2.3	16. 2, 3	30. 7
3.2	17. 1	31. 3
4.3, 4, 5	18. I	32. 1
5.3, 4, 5	19. 2	33. 1, 2
6.2	20. 1	34. 1, 2
7.3	21. 3	35. 1, 2
8.4	22. 2, 3	36. 1
9.1	23. 1	37. 1, 2, 5
10.2	24. 2, 3	38. 2, 5
11.6	25. 1	39. 1, 2
12.4	26. 1	40. 3
13.3	27. 4	41. 1
14.2	28. 3	

### **14. Образовательные технологии**

Учебная работа проводится с использованием современных интерактивных технологий. Практические занятия позволяют преподавателю более индивидуально общаться со студентами и подходят для интерактивных методов обучения. В рамках практических занятий применяются следующие интерактивные методы:

- обсуждение рефератов и докладов – 4 ч.;
- практические занятия, на которых происходит решение конкретных ситуационных задач – 4 ч.;
- выполнение тестовых заданий – 2 ч.;
- мультимедийные презентации – 2 ч.;
- просмотр видеофильмов и слайдов – 2 ч.

## Интерактивные методы обучения

(компьютерные симуляции деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, тренинги)

Вид занятия	Вид интерактивного метода обучения (имя файла ИОС)	Часы
Лекции	Использование мультимедийного оборудования <a href="https://portal.sstu.ru/">https://portal.sstu.ru/</a> <a href="https://portal.sstu.ru/Fakult/FEC/MTB">https://portal.sstu.ru/Fakult/FEC/MTB</a>	6
Практические занятия №1-3	Решение задач с использованием программы excel. Оценка статистических показателей предпринимательской деятельности	6
Практическое занятие №4-9	Решение задач с использованием программы excel.	4
Практическое занятие № 10-14	Оценка финансового риска. Определение суммы уставного капитала	4

### 15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

(позиции раздела нумеруются сквозной нумерацией и на них осуществляются ссылки из 5-13 разделов)

#### *Основная литература*

1. Бакирова, Г. Х. Психология эффективного стратегического управления персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Бакирова Г. Х. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 591 с. - ISBN 978-5-238-01437-1 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
2. Егорова, Т. И. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / Егорова Т. И. - Москва, Ижевск : Регулярная и хаотическая динамика, Ижевский институт компьютерных исследований, 2016. - 136 с. - ISBN 5-93972-104-4 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
3. Исаева, Е. А. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях [Электронный ресурс] : учебное пособие / Исаева Е. А. - Москва : Евразийский открытый институт, 2017. - 212 с. - ISBN 978-5-374-00253-9 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
4. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Кузнецов Б. Т. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 624 с. - ISBN 978-5-238-01209-4 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
5. Панов, А. И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Панов А. И. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с. - ISBN 978-5-238-01052-4 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

#### *Дополнительная литература*

6. Кафидов, В. В. Современный менеджмент [Текст] : учебник / Кафидов В. В. - Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2017. - 400 с. - ISBN 978-5-4257-0063-6 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
7. Миротин, Л. Б. Инженерная логистика. Логистически-ориентированное управление жизненным циклом продукции [Текст] : учебник для вузов / Миротин Л. Б. - Москва : Горячая линия - Телеком, 2017. - 644 с. - ISBN 978-5-9912-0170-4 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

8. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник для вузов / Фомичев А. Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 468 с. - ISBN 978-5-394-01974-6 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

9. Харченко, В. Л. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник / Харченко В. Л. - Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2016. - 384 с. - ISBN 978-5-4257-0014-8 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

10. Шерри, Н. С. Стратегия развития образования в регионе Российской Федерации [Текст] : монография / Шерри Н. С. - Калининград : Российский государственный университет им. Иммануила Канта, 2018. - 223 с. - ISBN 978-5-9971-0122-0 : Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

### *ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ*

"BUSINESS ONLINE"

"Акционерное общество: вопросы корпоративного управления"

«Бизнес-журнал on-line»

"Бизнес в законе"

«Бизнес и общество»

"Бизнес, менеджмент и право"

"БОСС. Бизнес: Организация, Стратегия, Системы"

"Законодательство и экономика"

"Заработная плата. Расчет. Учет. Налоги"

"КонсультантПлюс"

"Российское предпринимательство"

"Свой бизнес"

"Современный предприниматель"

"Территория бизнеса"

"Технологический бизнес"

"Финансы и бизнес"

"Экономика и предпринимательство"

### *Интернет-ресурсы*

1. [HTTP:// WWW.FIN-IZDAT.RU/JOURNAL/REGION/](http://WWW.FIN-IZDAT.RU/JOURNAL/REGION/)

2. [http://rguts.ru/science/nauchnye\\_zhurnaly/](http://rguts.ru/science/nauchnye_zhurnaly/)

3. <http://www.customsunion.ru>

4. <http://sob.ru>

5. <http://www.grebennikoff.ru/product/24/>

### *1. Источники ИОС*

[https://portal.sstu.ru/Fakult/FES/MTB/srvs\\_b319/default.aspx](https://portal.sstu.ru/Fakult/FES/MTB/srvs_b319/default.aspx)

### *2. Профессиональные Базы Данных*

Использование правовой системы «Гарант»  
программы Excel.

## **16. Материально-техническое обеспечение**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходима лекционная аудитория общей площадью не менее 40 кв.м., оснащенная интерактивной доской, ноутбуком и проектором.

Для практических занятий необходима учебная аудитория общей площадью не менее 40 кв.м., оснащенная интерактивной доской, ноутбуком, проектором и имеющая доступ к проводному Интернету либо к *Wi-fi*.

Для выполнения самостоятельной работы обучающиеся могут воспользоваться компьютерными классами факультета и Электронно-библиотечной системой ВУЗа.

Для оформления письменных работ, презентаций к докладу обучающимся необходимы пакеты программ Microsoft Office (Excel, Word, Power Point, Acrobat Reader), Internet Explorer, или других аналогичных.