

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

Кафедра «Менеджмент и логистика»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

«М.1.1.3 Современный стратегический анализ»

направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
профиль «Градоуправление»

форма обучения – заочная
курс – 1
семестр – 1
зачетных единиц – 4
всего часов – 144,
в том числе:
лекции – 4
коллоквиумы – нет
практические занятия – 12
лабораторные занятия – нет
самостоятельная работа – 128
зачет – нет
экзамен – 1 семестр
РГР – нет
курсовая работа – нет
курсовой проект – 1 семестр

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины состоит в формировании у магистрантов теоретических знаний и практических навыков в области стратегического анализа как инструментария стратегического менеджмента, позволяющих на должном профессиональном уровне осуществлять организационно-управленческую и аналитическую деятельность по управлению социально-экономическими системами.

Задачи дисциплины «Современный стратегический анализ»:

- 1) формирование представления о сущности и особенностях стратегического анализа в современных организациях;
- 2) приобретение теоретических знаний и практических навыков в использовании современных концепций, моделей, методик стратегического анализа;
- 3) освоение подходов к организации стратегической аналитической деятельности на предприятиях;
- 4) изучение сущности и особенностей стратегического анализа в современных организациях;
- 5) изучение современных моделей и методов стратегического анализа;
- 6) изучение технологии проведения стратегического анализа.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Современный стратегический анализ» входит в состав базовой части учебного плана профессионального цикла (М.1.1) подготовки по направлению 38.04.02 «Менеджмент» основной образовательной программы магистратуры «Деловое администрирование».

Место курса «Современный стратегический анализ» в системе экономико-управленческого образования определяется выполнением данным курсом важной роли в формировании у магистрантов знаний по основам проведения стратегического анализа с использованием современного инструментария и использование результатов данного анализа на практике в организациях различных форм собственности

Дисциплина является необходимой для всех магистрантов, изучающих менеджмент. Является основой для остальных дисциплин, основанных на принципах менеджмента, таких как «Методы исследований в менеджменте», «Управление операциями и логистика», «Управление проектами», «Маркетинг продукции и услуг», «Бизнес-планирование», «Управление изменениями».

3. Планируемые результаты освоения и обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (**ОК-1**);

- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- быть готовым к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- правила коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

В результате изучения дисциплины студенты должны

знать:

- методологические основы стратегического анализа (ОК-1);
- методы управления сопротивлением изменениям в организации (ОК-2);
- роль человеческого фактора в реализации организационной стратегии (ОК-3);
- правила коммуникации для решения задач современного стратегического анализа (ОПК-1);
- зарубежный и отечественный опыт проведения стратегического анализа в управлении организацией (ОПК-2);
- зарубежный и отечественный опыт проведения стратегического анализа в управлении организацией (ОПК-3);
- различные школы стратегического подхода и их взгляд на проведение стратегического анализа (ПК-2);

уметь:

- применять на практике методы и технологии стратегического анализа (ОК-1);
- продемонстрировать выбор стратегии в зависимости от результата анализа внутренней и внешней среды организации (ОК-2);
- идентифицировать организационные барьеры в реализации стратегии (ОК-3);
- применять на практике правила коммуникации для проведения стратегического анализа организации (ОПК-1);
- оценивать эффективность использования человеческих ресурсов при стратегическом анализе внутренней среды (ОПК-2);
- самостоятельно обосновывать выбор методов стратегического анализа (ОПК-3);
- выделять стратегические единицы бизнеса организации (ПК-2);

владеть:

- навыками практического применения стратегического анализа в обеспечении процесса реализации стратегии организации (ОК-1);
- навыками принятия решения по выбору стратегии организации (ОК-2);
- навыками использования творческого потенциала при проведении стратегического анализа (ОК-3);
- навыками управления организационными коммуникациями для осуществления профессиональной деятельности (ОПК-1);
- навыками анализа морально-психологического климата в организации (ОПК-2);
- навыками стратегического контроля (ОПК-3);
- навыками анализа применимости к деятельности организации эталонных бизнес-стратегий (ПК-2).

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

№ Мо-ду-ля	№ Не-де-ли	№ Те-мы	Наименование темы	Часы					
				Всего	Лек-ции	Кол-лок-ви-умы	Лаб-о-ра-тор-ные	Пра-к-тиче-ские	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 семестр									
		1	Методологические основы стратегического анализа	40	1			2	42
		2	Методы и технологии стратегического анализа	52	1			6	44
		3	Стратегический анализ в обеспечении процесса реализации стратегии	52	2			4	42
Всего				144	4	-	-	12	128

5. Содержание лекционного курса

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	1	1	Сущность, цели, задачи стратегического анализа. Основные этапы развития подходов и методов проведения стратегического анализа. Зарубежный и отечественный опыт проведения стратегического анализа в управлении	2, 6, 43

			<p>организацией. Различные школы стратегического подхода и их взгляд на проведение стратегического анализа.</p> <p>Место и роль стратегического анализа в системе управления. Схема проведения стратегического анализа. Стратегический анализ как основа формирования стратегии организации.</p>	
2	1	1	<p>Основные составляющие внешнего окружения организации. Методы реагирования на изменения внешней среды.</p> <p>Анализ макроокружения. Экономическая компонента. PEST-анализ и порядок его проведения. Система отслеживания внешней среды.</p> <p>Анализ непосредственного окружения. Модель «Пяти сил» М. Портера. Ключевые факторы успеха и их использование в системе стратегического управления. Построение стратегии компании на основе ключевых компетенций.</p> <p>Определение внутренних сильных и слабых сторон организации. Выявление внешних благоприятных возможностей и угроз. SWOT-анализ и методика его использования в практике управления.</p> <p>Цели и основные этапы портфельного анализа. Матрица рост-доля рынка (BCG). Рекомендации матрицы BCG.</p>	1-3, 43
3	2	3	<p>Организационное обеспечение реализации стратегии. Роль руководства в реализации стратегии. Роль организационной структуры в реализации стратегии. Роль человеческого фактора в реализации стратегии.</p> <p>Основные проблемы в процессе реализации стратегии. Барьеры в реализации стратегии. Критерии успешности реализации стратегии. Правила реализации стратегии.</p> <p>Управление сопротивлением изменениям в процессе реализации стратегии. Типы реакции на изменения и подход к управлению ими. Планирование проведения изменений. Методы управления сопротивлением.</p> <p>Контроль за реализацией стратегии. Требования к системе стратегического контроля. Характеристики эффективного контроля.</p>	2, 5, 43

6. Содержание коллоквиумов

№ темы	Всего часов	№ коллоквиума	Тема коллоквиума. Вопросы, отработываемые на коллоквиуме	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5

7. Перечень практических занятий

№ темы	Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Задания, вопросы, отработываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4	5
1	2	1	<p>Место и роль стратегического анализа в системе управления. Схема проведения стратегического анализа. Стратегический анализ как основа формирования стратегии организации.</p> <p>Конкретизация организаций для дальнейшего анализа. определение стратегических единиц бизнеса организаций. Построение иерархии целей.</p> <p>Определение корневых компетенций. Кейсы по корневым компетенциям.</p>	2, 6, 44
2	6	2	<p>Проведение анализа внешней и внутренней среды организации. PEEST (STEEP) – анализ. Построение профиля факторов среды косвенного влияния. Анализ структуры отраслевого рынка. Анализ перспектив роста отрасли и стадии ее жизненного цикла. Анализ структуры и масштабов конкуренции. Оценка влияния отдельных факторов на структуру и масштабы конкуренции на рынке. Анализ структуры отраслевых издержек. Анализ системы сбыта продукции. Анализ тенденций развития отрасли. Оценка привлекательности отрасли. Выявление ключевых факторов успеха. Анализ конкурентов. Определение основных методов сбора информации. Построение карты позиционирования. Выявление стратегических групп конкурентов и их оценка по критериям. Анализ потребителей. Гребешковый анализ. Оценка дифференциации сегмента. Анализ готовности предприятия к реакции на факторы внешней среды. Анализ сильных и слабых сторон (профиль полярности) предприятия. Использование методов бенчмаркинга. Проведение факторного анализа предприятия и интерпретация результатов. Выявление «болевых точек» бизнеса. Построение цепочки ценностей McKinsey. Проведение SWOT - анализа и интерпретация результатов.</p>	1-3, 44

3	4	3	<p>Проведение общего портфельного анализа организации. Построение классической матрицы БКГ и модифицированной матрицы БКГ, а также последующий их анализ и интерпретация результатов, применительно к формируемой стратегии. Построение схемы корпоративного портфеля организации. Определение стратегического типа фирмы (кейс). Определение стратегического типа фирмы на примере конкретного предприятия. Выбор генерических стратегий по М. Портеру. Оценка применимости стратегии лидерства по издержкам. Оценка применимости стратегии дифференциации. Оценка применимости стратегии фокусирования. Выявление Источников уникальности предприятия. Построение матрицы ADL / LC. Определение конкурентных позиций бизнес-единиц. Определение стадии жизненного цикла отрасли. Формулировка стратегических рекомендаций на основе методики Arthur D. Little. Анализ применимости к деятельности организации эталонных бизнес – стратегий. Формулировка комплексной стратегии: модель ADL/LC + эталонные бизнес - стратегии + SWOT-анализ. Построение основы стратегии организации.</p>	2, 5, 44
---	---	---	--	----------

8. Перечень лабораторных работ

№ темы	Всего часов	Наименование лабораторной работы. Задания, вопросы, отрабатываемые на лабораторном занятии	Учебно-методическое обеспечение
1	2	4	3

9. Задания для самостоятельной работы студентов

№ темы	Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
1	2	3	4
1	42	<p>Состав корневых компетенций фирмы. Алгоритм их формирования. Принятие управленческих решений о реализации функций фирмы на основе понимания корневых компетенций. Структура ресурсов предприятия, взаимосвязь с корневыми компетенциями. Определение конкретных задач и целей. Экономические, и социальные (или внеэкономические) цели. Достижение промежуточной и конечной стратегической цели. Назначение целей организации. Структура цели и</p>	2, 6, 45

		<p>методология ее разработки. Классификация целей. Корпоративные цели, их характеристика. Функциональные цели, их значение и формирование. Требования, предъявляемые к целям. Формирование системы стратегических целей. SMART – принцип. Сбалансированная система показателей. Понятие, структура, направления использования. GAP – анализ. Понятие, структура, направления использования. Связь с ССП.</p> <p>Формулировка и реализация стратегии, направленной на достижение целей. Внедрение стратегии и оценка эффективности управленческих решений. Методы анализа стратегических факторов. Многофакторный системный анализ. Сценарное планирование.</p>	
2	44	<p>Значение стратегического анализа внутренней среды организации. Видимые и скрытые элементы стратегии. Сущность, принципы и уровни управленческого анализа. Методологические принципы управленческого анализа и уровни его проведения. Классификация проблем в управленческом анализе. Структура управленческого анализа. Факторы внутренней среды. Организационный, кадровый, производственный, маркетинговый, финансовый аспекты анализа внутренней среды организации. Анализ ресурсного потенциала организации. Стратегия ресурсосбережения. Основные факторы ресурсосбережения. Анализ эффективности использования ресурсов. Классификация ресурсов предприятия (осязаемые и неосязаемые ресурсы). Понятие, структура, достоинства и недостатки цепочки ценностей McKinsey. Понятие, структура, достоинства и недостатки цепочки ценностей М.Портера.</p> <p>Подходы к определению сильных и слабых сторон предприятия. Использование информации о выявленных сильных и слабых сторонах компании при планировании дальнейших действий и формировании стратегии. Модель последовательных стадий развития деловой активности организации. Факторы успеха на этапах жизненного цикла бизнеса.</p> <p>Технологическая схема создания и движения продукта к конечному потребителю. Анализ товарного портфеля. Матрица «Продукт-рынок». SNW – подход к анализу внутренних ресурсов организации. Место управленческого анализа в разработке стратегии предприятия.</p>	1-3, 45
3	42	<p>Понятие диверсификации. Цели и мотивы диверсификации. Диверсификация как форма</p>	2, 5, 45

		<p>реализации корпоративной стратегии. Типы диверсификации. Связанная и несвязанная диверсификация. Сущность вертикальной интеграции. Горизонтальная интеграция. Стратегический выбор путей диверсификации. Стратегия входа в новый бизнес. Стратегии родственной и неродственной диверсификации. Стратегии свертывания и ликвидации. Стратегии перестройки или сокращения и реструктуризации. Стратегия международной диверсификации. Варианты построения корпорации с учётом типа синергии при объединении бизнесов и степени вмешательства материнской компании. Типы синергии при объединении бизнесов. Основные инструменты воздействия корпорации на входящие в неё бизнесы. Понятие вертикального комплекса. Понятие горизонтального комплекса (корпорация, конгломерат). Понятие финансового холдинга. Основные формы объединений (матрица). Понятие и причины образования акционерных обществ. Типы акционерных обществ. Схемы взаимодействия сестринских обществ. Непосредственное участие в акционерном капитале другой компании. Последовательная цепь участия в акционерном капитале другой компании. Простая последовательно – параллельная сеть участия в акционерном капитале другой компании. Сложная последовательно – параллельная сеть участия в акционерном капитале другой компании. Реализация стратегии: основные задачи. Процесс реализации стратегии. Этапы реализации стратегии.</p> <p>Формирование эффективной организации. Адаптация организационной структуры к стратегии. Преимущества и недостатки основных типов структуры в рамках стратегического выбора. Реализация стратегии: сметы, политика, передовой опыт, поддерживающие системы и стимулы.</p> <p>Формирование культуры, благоприятствующей стратегии. Адаптивные культуры. Перспективы развития организационных структур. Выбор подходов к реализации стратегии. Сопротивление изменениям. Стили проведения изменений. Лидеры стратегических изменений. Стратегический контроль и оценка результатов реализации стратегии. Эффективность стратегического менеджмента.</p>	
--	--	--	--

10. Расчетно-графическая работа

Не предусмотрена учебным планом

11. Курсовая работа

Не предусмотрена учебным планом

12. Курсовой проект

Методические рекомендации по выполнению курсового проекта

Целью курсового проекта является изучение и закрепление основополагающего набора знаний по использованию различных методов и механизмов проведения исследований в самом широком смысле, от сбора и обобщения информации, до формирования выводов и отчёта, в управленческой практике.

Магистрант выбирает тему курсового проекта из предложенного списка, отмечая выбранную тему и подтверждая своей росписью факт выбора. Выполняется курсовой проект по предлагаемому плану к каждой теме.

Курсовой проект должен включать введение, основную часть, которая разделяется на теоретическую и проектную, заключение, а также список использованной литературы.

Разработка обозначенных вопросов в теме должна быть достаточно подробной, грамотно изложенной, раскрывающей сущность проблемы. При выполнении курсового проекта магистрант должен проявить хорошие теоретические знания, умение пользоваться технической и экономической литературой, справочниками, инструкциями, нормативными материалами, а также проявить аналитические и творческие способности в области практики стратегического управления.

Необходимо уметь обобщать материалы и обосновывать выводы и конкретные предложения. Курсовой проект рассчитан на самостоятельное выполнение. Всем разделам курсового проекта присваивается соответствующий порядковый номер. Заглавия разделов и названия вопросов даются кратко и ясно, при этом не допускаются сокращения слов, кроме общепринятых. Текст и графические материалы должны быть написаны на одной стороне стандартного листа, в соответствии с предъявляемыми требованиями, четко, без поправок. Таблицы, схемы и рисунки должны быть пронумерованы и иметь название.

Объем курсового проекта – 30-35 страниц.

В зависимости от степени новизны исследуемой проблемы, наличия справочных и других материалов возможно варьирование задания по курсовому проекту, но без нарушения обязательных требований.

Курсовой проект представляется в рукописном или печатном вариантах, обязательно в надлежащем переплете.

Курсовой проект состоит из двух частей.

Первая часть теоретическая. Тематика данной части выбирается магистрантом из перечня тем, представленных в списке тем для курсового проекта (темы повторяться не должны).

Вторая часть курсового проекта является практической и, собственно, проектной. В данной части студент должен провести стратегический анализ организации и сформулировать общие предложения по формированию стратегии данного предприятия по следующим пунктам:

1. Сформулировать миссию предприятия.
2. Определить комбинации видов стратегий, используемых выбранным предприятием.
3. Определить корпоративные, деловые и функциональные цели предприятия (если предприятие не имеет бизнес-единиц, то деловые цели допустимо определять для номенклатурных групп продукции). При формулировании целей необходимо учитывать SMART – принцип.
4. Показать иерархическую зависимость целей и стратегий на примере анализируемого предприятия (см. схему).
5. Описать стратегический процесс применительно к специфике анализируемого предприятия (см. схему).
6. Сформировать модель стратегического менеджмента применительно к анализируемому предприятию. Обратит внимание на реализацию специфики предприятия на двух осях модели (кроме оси функций). Показать как пример расшифровку 3 – 4 элементов модели и показать как можно использовать данную модель при формировании стратегии предприятия.
7. Провести PEST – анализ исследуемого предприятия.
8. Сформулировать критерии оценки деятельности предприятия со стороны заинтересованных групп. Провести ранжирование значимости заинтересованных групп при формулировании стратегии предприятия на настоящий момент времени.
9. Семантически оценить реальный и потенциальный рынок предприятия. Привести примеры потребителей на потенциальном рынке, обосновать по каким причинам формируется разница между реальным и потенциальным рынком.
10. Провести анализ структуры и масштабов конкуренции на рынке, по всем пяти силам.
11. Сформулировать основные барьеры выхода на рынок присутствия анализируемого предприятия.
12. Оценить структуру издержек в отрасли. Ресурсоёмкость изделий. Наличие опытной кривой. Обосновать сделанные выводы.
13. Выделить ключевые факторы успеха в отрасли.
14. Сегментация конкурентов на рынке. Выделение стратегических групп конкурентов. Позиционирование конкурентов на рынке (не менее 3 плоскостей).
15. Анализ потребителей предприятия (обязательно использование анализа 20 – 80).
16. Сформировать матрицу EFAS- анализа для рассматриваемого предприятия по рассмотренным выше пунктам.

17. Привести примеры по структуре управленческого анализа исследуемого предприятия (пункты 1 – 6).

18. Определить подход к определению сильных и слабых сторон, практикуемый на данном предприятии. Оценить его эффективность, при низкой эффективности предложить другие подходы.

19. По цепочке ценностей Портера или McKinsey провести управленческий анализ предприятия. Описать процесс анализа.

20. Выделить сильные и слабые стороны предприятия.

21. Сформировать матрицу БКГ для исследуемого предприятия. Расставить бизнес-единицы или товарные позиции. Оценить сбалансированность корпоративного портфеля. Если портфель несбалансирован определить его тип.

22. Сформировать расширенную матрицу БКГ, указать место предприятия на ней. Обосновать выбор.

23. Сформировать матрицу General Electric / McKinsey и указать положение бизнес-единиц или товаров на ней.

24. Сформировать матрицу по модели ADL / LC для данного предприятия определить набор рекомендуемых стратегий, формулировать рекомендации на основе набора. Обосновать причину выбора.

25. Рассмотреть возможности и перспективные направления горизонтальной диверсификации. Указать направления. Обосновать выбор.

26. Рассмотреть возможности и перспективные направления вертикальной диверсификации (отдельно прямой и обратной). Указать направления. Обосновать выбор.

27. Рассмотреть варианты возникающих синергетических эффектов при проведении различных видов диверсификации.

Список тем для курсового проекта (теоретическая часть)

1. Понятие и сущность стратегии. Предпринимательские, организационные и трудовые стратегии.

2. Концепция системы удовлетворения потребностей в стратегическом менеджменте.

3. Реализация свойств организации как системы при формировании и реализации стратегии.

4. Систематика и приоритетность задач развития при различных предпринимательских реакциях.

5. Основные системные принципы развития производства.

6. Управление целеполаганием и формированием задач организации как системой.

7. Экономические законы и законы организации в повышении качества и эффективности стратегических решений.

8. Применение методов прогнозирования в принятии стратегических решений.

9. Методы анализа конкурентных преимуществ.

10. Кибернетические основы стратегического управления организацией.
11. Многоуровневые компании как метод повышения динамичности и гибкости организации.
12. Сетевые методы организации разработки и выполнения стратегии фирмы.
13. Методики оценки конкурентоспособности персонала в стратегическом менеджменте.
14. Механизмы формирования миссий и целеполагание в различных отраслях экономики.
15. Индексный анализ в стратегическом управлении.
16. Стратегии ценообразования и ресурсосбережения.
17. Формирование ассортиментной политики предприятия.
18. Акционерный механизм самофинансирования.
19. Активные предпринимательские стратегии.
20. Технология разработки стратегии фирмы.
21. Стратегии влияния научно – технического развития на потребность в трудовых ресурсах и их характеристики.
22. Стратегии организационно – технического и социального развития фирмы.
23. Мотивационный механизм стратегического развития производства.
24. Мотивационный процесс как элемент системы стратегического управления.
25. Методическое, ресурсное, информационное и правовое обеспечение разработки стратегии фирмы.
26. Научно – техническое развитие как самоорганизующийся процесс.
27. Формирование стратегического потенциала компании.
28. Стратегическое управление финансово – промышленными группами.
29. Диверсификация и специализация деятельности промышленных компаний.
30. Формирование портфелей новшеств и инноваций фирмы.
31. Трансформация систем управления организациями на современном этапе развития внешней среды.
32. Синергия как стратегический фактор развития фирмы.
33. Выбор портфельной и конкурентной стратегии.
34. Модели стратегического планирования. Западный и российский опыт.
35. Высшее руководство компанией как элемент системы стратегического управления. Специфика западного и российского развития.
36. Модели выбора стратегической модели в конкуренции.
37. Классические модели стратегического позиционирования.
38. Анализ стратегических позиций в бизнес – пространстве.

39. Автоматизация процесса стратегического планирования.
40. Информационное обеспечение механизма формирования и реализации стратегий.
41. Стратегический менеджмент в реальном масштабе деятельности
42. Механизмы контроля в процессе формирования и реализации стратегий предприятия.
43. Характеристика современных условий бизнеса применительно к стратегическому менеджменту.
44. Учёт предпринимательского риска в стратегическом планировании.
45. Использование матриц в моделях выбора стратегической позиции в конкуренции.
46. Теории жизненных циклов и диверсификации в различных отраслях.
47. Модель управления на основе ранжирования стратегических задач.
48. Модель управления по слабым сигналам.
49. Основные положения корпоративного права.
50. Формирование гибкой системы организации в условиях кризиса.
51. Функции и принципы стратегического менеджмента как инструмента повышения конкурентоспособности организаций.
52. Кибернетические основы управления предприятием
53. Концепция рационального сочетания свойств целостности и обособленности развивающихся систем
54. Формирование и развитие многоуровневых компаний
55. Механизмы слияния и поглощения компаний, их роль в стратегическом менеджменте организации
56. Структура и механизм целеполагания и приоритеты в достижении целей
57. Взаимозаменяемость количества и качества продукции в удовлетворении потребностей при формировании стратегии.
58. Конкурентоспособность товара, товарной массы, предприятия в стратегическом менеджменте.
59. Индексный анализ экономической эффективности производства
60. Формирование ассортиментной политики предприятия в стратегии организации
61. Дивидендная и инвестиционная политика
62. Системный характер мотивационного механизма в стратегическом менеджменте
63. Состав и предпочтительная структура мотивационного комплекса
64. Генерирование внутренних и внешних мотивов нововведений
65. Научно-техническое развитие как самоорганизующийся процесс.
66. Наиболее распространенные мотивы хозяйствования Структура организационного механизма. Организационный потенциал компании
67. Динамичность структуры акционерных компаний

68. Финансово-промышленные группы
69. Диверсификация и специализация деятельности
70. Системность производственно-хозяйственных структур. Оценка синергизма
71. Стратегические зоны хозяйствования и стратегические хозяйственные центры в стратегии организации.
72. Основные положения корпоративного права
73. Понятие и сущность стратегии. Предпринимательские, организационные и трудовые стратегии
74. Концепция большой системы удовлетворения потребностей
75. Основные системные принципы развития производства
76. Реализация концепции рационального сочетания свойств целостности и обособленности развивающихся систем
77. Принцип подвижности и стабильности элементов
78. Активные предпринимательские стратегии
79. Формирование системы развития предприятия
80. Трансформация систем управления в стратегическом менеджменте.
81. Структура и компетенция органов управления акционерным обществом
82. Целевые и программно-целевые подсистемы при целеполагании.
83. Модели стратегического планирования
84. Стратегический анализ и выбор стратегии
85. Системное представление факторов управления
86. Модели выбора стратегической позиции в конкуренции
87. Модель управления на основе ранжирования стратегических задач
88. Система управления стратегическими задачами
89. Модель управления по слабым сигналам
90. Функции и принципы стратегического менеджмента как инструмента повышения эффективности и конкурентоспособности объектов
91. Управление циклами развития товара
92. Роль экономических законов и законов организации в повышении качества и эффективности стратегических решений
93. Применение научных подходов к разработке стратегических решений
94. Основы анализа стратегических решений
95. Основы прогнозирования стратегических решений.
96. Конкуренция и конкурентоспособность как движущие силы развития общества
97. Формирование и типовые факторы конкурентных преимуществ организаций
98. Оценка конкурентных преимуществ организаций
99. Методы анализа конкурентных преимуществ

100. Методические основы оценки конкурентоспособности различных организаций
101. Методика оценки конкурентоспособности персонала
102. Методика оценки конкурентоспособности товара
103. Методика анализа и оценки конкурентоспособности фирмы
- Стратегический маркетинг как инструмент формирования стратегии фирмы
104. Подходы к формированию стратегии фирмы
105. Состав, виды и содержание стратегий фирмы
106. Стратегия международной деятельности фирмы
107. Технология разработки стратегии фирмы
108. Методическое, ресурсное, информационное и правовое обеспечение разработки стратегии фирмы
109. Сетевые методы организации разработки и выполнения стратегии фирмы
110. Стратегии повышения и система показателей качества товара
111. Концепция всеобщего управления качеством товара в стратегическом менеджменте
112. Стратегии ценообразования на различных типах рынков
113. Выбор и реализация стратегии ресурсосбережения
114. Анализ и прогнозирование развития организационно-технического уровня производства
115. Основы формирования технической и социальной стратегий фирмы
116. Развитие организационной и производственной структур фирмы
117. Формирование портфелей новшеств и инноваций фирмы.
118. Стратегия управления персоналом
119. Учет и контроль выполнения стратегии
120. Ситуационное регулирование стратегии фирмы
121. Эволюция управленческих систем
122. Управление в условиях стратегических неожиданностей
123. Стратегическая сегментация и выбор позиции в конкуренции
124. Стратегия организации по отношению к обществу
125. Приведение потенциала организации в соответствие с изменчивостью ее среды
126. Стратегический менеджмент в реальном масштабе времени
127. Реакция стратегического менеджмента на неожиданные изменения
128. Стратегический менеджмент в условиях изменений
129. Сопротивление системы изменениям
130. Стратегический менеджмент в условиях спонтанных изменений
131. Методики анализа стратегических факторов внешней среды
132. Методики управленческого анализа стратегических факторов внутренней среды
133. Применение двумерных матриц в портфельном анализе
134. Основные направления достижения конкурентных преимуществ

135. Бизнес-план как форма представления стратегии развития бизнес единицы.
136. Управление диверсифицированными предприятиями.
137. Стратегии предприятий, находящихся на различных этапах кривой жизненного цикла товара.
138. Организационная структура предприятий на различных этапах кривой жизненного цикла товара.
139. Опыт разработки стратегии для российских предприятий
140. Стратегическое и оперативное управление
141. Стратегический менеджмент как управленческая концепция
142. Прототип организации как ключевой компонент стратегического управления Мировая практика: базовые стратегии
143. Базовые стратегии для трансформирующихся систем
144. Выбор управленческих стратегий и характер принимаемых решений
145. Планирование: роль и место в общей концепции управленческой деятельности
146. Планирование как метод снижения коммерческого риска
147. Планирование как метод распределения ресурсных потоков
148. Моделирование как форма планирования.
149. Технологии планирования: стереотипные и инновационные
150. Процедура планирования (планирование как технологический процесс)
151. Планирование как форма структуризации задач
152. Соподчиненность планов и действий, обеспечивающих достижения управленческих целей
153. Текущее или оперативное планирование
154. Тактическое и стратегическое планирование
155. Уровни и процесс стратегического планирования
156. Разработка функциональных и операционных стратегий
157. Формирование целевых программ и их оценка
158. Методы вертикального планирования
159. Методы горизонтального планирования
160. Сетевое планирование
161. Принципы планирования
162. Принятый план как основа действий в реальном режиме

Методические указания по выполнению курсовой работы / Учебно-методические материалы / ИОС СГТУ имени Гагарина Ю.А. – Режим доступа: <https://portal3.sstu.ru/Facult/IRBIS/ML/38.04.02-m2-oz/M.1.1.3/default.aspx>

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине предусматривает контроль за освоением профессиональных компетенций:

– правила коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

– действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

– проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

– быть готовым к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3)

– руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

– способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

– способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

Компетенции считаются сформированными на:

– пороговом уровне – оценка «удовлетворительно» (зачтено);

– продвинутом уровне – оценка «хорошо»;

– высоком уровне – оценка «отлично»,

если магистрант выполнил все практические задания, СРС, прошел промежуточную аттестацию и получил положительную оценку на экзамене (зачете).

Уровни и этапы формирования компетенций утверждены в составе Паспорта компетенций по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (профиль «Градоуправление») протоколом УМКН № 3 от 1 октября 2015 г.

Средства и технологии оценки:

знаний	С помощью тестирования, устных опросов
умений	С помощью выполнения заданий, задач по заданному алгоритму
владений	

Фонд оценочных средств (Приложение к рабочей программе; Задания / Контрольные материалы / Информационно-образовательная среда СГТУ имени Гагарина Ю.А. – Режим доступа: <https://portal3.sstu.ru/Facult/IRBIS/ML/38.04.02-m2-oz/M.1.1.3/default.aspx>) включает в себя:

- комплект тестовых заданий для текущего контроля;
- тестовые задания для итогового контроля освоения дисциплины;
- задачи, задания творческого характера;
- комплект тематик для дискуссий
- вопросы для подготовки к экзамену/зачету.

Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые блоки (темы) дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)**	Наименование оценочного средства
1	Методологические основы стратегического анализа	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-2	Комплект тестовых заданий Комплект тематик для дискуссий Комплект КС Комплект задач п.45 р.15
2	Методы и технологии стратегического анализа	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-2	Комплект тестовых заданий Комплект тематик для дискуссий Комплект КС Комплект задач п.45 р.15
3	Стратегический анализ в обеспечении процесса реализации стратегии	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-2	Комплект тестовых заданий Комплект тематик для дискуссий Комплект КС Комплект задач п.45 р.15

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Предпосылки возникновения, понятие и сущность стратегического управления.
2. Теории стратегического менеджмента.
3. Основные понятия стратегического менеджмента.
4. Основные этапы стратегического менеджмента.
5. Критерии формулирования миссии организации и требования к системе целей.
6. Подходы к классификации стратегий.
7. Роль и место стратегического анализа в системе стратегического управления.
8. Среда организации как объект анализа.
9. Внешняя среда, ее структура и свойства.

10. Источники и методы сбора информации о внешней среде организации.
11. Понятие и основное содержание стратегического анализа.
12. Подходы к содержанию стратегического анализа.
13. Методы анализа макросреды: PEST-анализ.
14. Методы анализа макросреды: матрица возможностей и угроз.
15. Методы анализа микроокружения: модель 5 сил М.Портера.
16. Контрольная карта сильных и слабых сторон производственного потенциала.
17. Контрольная карта сильных и слабых сторон кадрового потенциала.
18. Контрольная карта сильных и слабых сторон финансового потенциала.
19. Контрольная карта сильных и слабых сторон маркетингового потенциала.
20. Контрольная карта сильных и слабых сторон управленческого потенциала.
21. Методы анализа внутренней среды: многофакторная диагностическая модель.
22. Методы комплексного анализа среды: SWOT- анализ.
23. Методы комплексного анализа среды: матрица взаимовлияний.
24. Методы конкурентного анализа: построение карты стратегических групп.
25. Методы конкурентного анализа: оценка конкурентной силы.
26. Определение набора стратегий в конкурентной борьбе.
27. Портфельный анализ: понятие, задачи, достоинства и недостатки.
28. Основные этапы портфельного анализа.
29. Модели конкурентного позиционирования: матрица БКГ.
30. Интерпретация результатов стратегического анализа.

Билет включает в себя два вопроса, время на подготовку – 30 мин.

Критерии оценки проведения контроля по проверке базовых знаний по дисциплине

<i>Оценка</i>	<i>Критерии оценки</i>
отлично	Студент полностью раскрывает содержание вопроса, может проиллюстрировать те или иные аспекты ответа, применяет знания смежных дисциплин, задача решена верно
хорошо	Студент частично раскрывает содержание вопроса, не всегда может проиллюстрировать те или иные аспекты ответа, не всегда применяет знания смежных дисциплин, задача решена частично
удовлетворительно	Студент раскрывает содержание вопроса, не может проиллюстрировать те или иные аспекты ответа, не применяет знания смежных дисциплин, студент показывает алгоритм решения задачи
неудовлетворительно	Студент не раскрывает содержание вопроса, задача не решена

Тестовые задания по дисциплине (примерные)

1. Стратегия как принцип поведения подразумевает:

- 1) некий вид сознательно и намеренно разработанной последовательности действий, которого придерживаются в конкретной ситуации;
- 2) последовательность в поведении – заранее продуманная и выстраиваемая по ходу событий;
- 3) соотношения организации с внешней средой, расположение определённых товаров на конкретных рынках;
- 4) сложившийся способ восприятия мира, основной способ действия организации.

2. Формирование стратегии как соотношения организации с внешней средой, подразумевающего адаптацию внутренних возможностей организации к условиям внешней среды исходя из выбранной миссии, выбранного уникального положения на рынке, а также расположение определённых товаров на конкретных рынках, подразумевает формирование стратегии в первую очередь как:

- 1) плана;
- 2) принципа поведения;
- 3) позиции;
- 4) перспективы.

3. Стратегический менеджмент это:

- 1) деятельность по обеспечению реализации целей организации в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды, позволяющая оптимально использовать собственный ресурсный потенциал организации и оставаться восприимчивой к возможностям и угрозам внешнего окружения, в котором она действует;
- 2) деятельность по планированию, контролю и управлению транспортированием, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки сырья, материалов и полуфабрикатов, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации;
- 3) деятельность по эффективному использованию и координации таких ресурсов, как капитал, здания, материалы и труд для достижения заданных целей с максимальной эффективностью;
- 4) деятельность, которая относится к созданию товаров и услуг путем преобразования входов (необходимых ресурсов всех видов) в выходы (готовые товары, услуги).

4. Совокупность всех возможностей организации по выпуску продукции и оказанию услуг охватывающая как внутренние переменные, так и возможности общеорганизационного руководства определяется как:

- 1) конкурентоспособность;
- 2) производственные мощности;
- 3) потенциал организации;
- 4) внутренние переменные.

5. Появление стратегических бизнес – единиц характерно для:

- 1) линейных (простых) организационных структур;
- 2) функциональных организационных структур;
- 3) дивизиональных (филиальных) организационных структур;
- 4) линейно-функциональных организационных структур.

6. Стратегическая единица бизнеса это:

1) внутриорганизационная единица, отвечающая за выработку стратегических позиций организации в одном или нескольких подразделениях организации;

2) отдельный сегмент окружения, на который организация имеет (или хочет получить) выход;

3) некоторый экономически и (или) функционально обособленный объект, не подлежащий дальнейшей декомпозиции в рамках поставленной задачи анализа, выполняющий свою локальную цель, связанную с определенными операциями или функциями;

4) внутрифирменная организационная единица, отвечающая за выработку стратегии фирмы в одном или нескольких сегментах целевого рынка.

7. При идентификации бизнес-единиц в организации не является обязательным наличие следующего критерия их выделения:

1) стратегическая единица бизнеса имеет определенный круг клиентов и заказчиков;

2) стратегическая единица бизнеса самостоятельно проводит маркетинговые исследования и рекламные кампании;

3) бизнес-единица самостоятельно планирует и осуществляет производственно-сбытовую деятельность, материально-техническое снабжение;

4) деятельность бизнес-единиц оценивается на основе учета прибылей и убытков.

8. Совокупность бизнес-единиц, принадлежащая одному и тому же владельцу, в стратегическом менеджменте называется:

- 1) портфелем ценных бумаг;
- 2) продуктовым портфелем;
- 3) корпоративным портфелем;
- 4) инновационным портфелем.

9. Деловая стратегия это:

- 1) стратегия, которая описывает общее направление роста предприятия, развития его производственно-сбытовой деятельности;
- 2) стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения;
- 3) стратегия, которая разрабатывается функциональным отделом или службой предприятия;
- 4) стратегия, которая показывает, как управлять различными видами бизнеса, чтобы сбалансировать корпоративный портфель.

10. Миссия организации это:

- 1) конкретное конечное состояние или результат, к которому стремится организация;
- 2) деловое понятие, отражающее предназначение бизнеса, его философию;
- 3) совокупность задач подразделений предприятия;
- 4) сознательно и намеренно разработанная последовательность действий, которой придерживаются в конкретной ситуации.

11. Основной причиной эволюции управленческих систем было:

- 1) появление концепции маркетинга;
- 2) развитие массового производства и формирование рынка потребителя;
- 3) рост динамики и неопределенности факторов внешней среды;
- 4) опыт Второй Мировой войны.

12. Система стратегического менеджмента базируется на допущении, что:

- 1) прошлое повторяется;
- 2) тенденции сохраняются – существует экстраполяция;
- 3) присутствует формирование новых явлений, однако тенденции предсказуемы;
- 4) частичная предсказуемость по слабым сигналам.

13. Акцент в управлении в системе стратегического менеджмента обращён на:

- 1) творчество;
- 2) исследование;
- 3) предвидение;
- 4) реактивность.

14. На предположении, что будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста, базируется система:

- 1) долгосрочного планирования;
- 2) стратегического планирования;
- 3) стратегического управления;
- 4) антикризисного управления.

15. Основным недостатком долгосрочного планирования по сравнению со стратегическим планированием является:

- 1) более высокие затраты на разработку и реализацию долгосрочных программ и проектов;
- 2) низкая адаптивность к принципиальным изменениям условий внешней среды организации;
- 3) сложность использования управленческой системы долгосрочного планирования;
- 4) недостаток релевантной информации.

16. Ситуация, при которой людям, управляющим новыми видами бизнеса, требуется больше свободы в принятии решений, чем они имеют в рамках сложившейся структуры, для эффективной оценки ситуации, принятия и реализации решений, определяется как:

- 1) кризис лидерства;
- 2) кризис автономии;
- 3) кризис контроля;
- 4) кризис границ.

17. Формирование стратегических единиц бизнеса нередко является результатом:

- 1) кризиса лидерства;
- 2) кризиса автономии;
- 3) кризиса контроля;
- 4) кризиса границ.

18. Стратегия, определяющая направления и механизмы развития отдельной стратегической единицы бизнеса, определяется как:

- 1) оперативная стратегия;
- 2) корпоративная стратегия;
- 3) деловая стратегия;
- 4) функциональная стратегия.

19. Совокупность стратегий отдельных подразделений стратегической единицы бизнеса, определяется как:

- 1) корпоративная стратегия;
- 2) маркетинговая стратегия;
- 3) деловая стратегия;
- 4) функциональная стратегия.

20. В процессе реализации, а возможно и изменения стратегии должно учитываться:

- 1) стратегический выбор данной стратегии;
- 2) стратегический анализ, проводимый в настоящее время и не имеющий отношения к данной стратегии;
- 3) ничего не должно учитываться, потому что стратегия после начала реализации не должна меняться;
- 4) должно учитываться первое и второе.

21. К характеристикам корневых компетенций фирмы не относится:

- 1) корневые компетенции ориентированы на формирование уникальной ценности;
- 2) корневые компетенции оцениваются на основе учета прибылей и убытков;
- 3) корневые компетенции относятся к неочевидным источникам конкурентных преимуществ;
- 4) корневые компетенции могут быть применены к действиям фирмы на различных рынках.

22. Высокая стратегическая важность компетенции организации при среднем уровне её развития, в долгосрочном плане подразумевает направленность управления на:

- 1) инсорсинг;
- 2) аутсорсинг;
- 3) сочетание;
- 4) выделение в отдельную организацию

23. Определите последовательность формирования элементов стратегических компетенций: 1) внешние контакты и связи; 2) технологические ноу-хау и управленческие ноу-вай (направления получения и должного использования знания); 3) системы, поддерживающие надёжность, стабильность производства и сбыта и перенос данных характеристик на другие предприятия фирмы:

- 1) 1,2,3;
- 2) 3,1,2;
- 3) 2,1,3;
- 4) 2,3,1.

24. При хорошем совпадении корневых компетенций организации с требованиями рынка, при одновременной оценке данного рынка как мало привлекательного для организации, ситуация определяется как:

- 1) основной бизнес;
- 2) периферийный бизнес;
- 3) иллюзорные возможности;
- 4) бесперспективные направления.

25. К SMART – принципу не относится:

- 1) гибкость;
- 2) согласованность;
- 3) достижимость;
- 4) определённость во времени.

Критерии оценки тестовых заданий (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если выполнено 75-100% заданий;
- 4 балла выставляется студенту, если выполнено 50- 75% заданий;
- 3 балла выставляется студенту, если выполнено 25-50% заданий;
- 2 балла выставляется студенту, если выполнено менее 25% заданий.

14. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» при изучении дисциплины «Современный стратегический анализ» используются следующие образовательные технологии:

1) дистанционные образовательные технологии на основе использования Информационно-образовательной среды СГТУ имени Гагарина Ю.А., направленные на организацию самостоятельной работы обучающихся, и позволяющие осуществлять дистанционное консультирование студентов;

2) личностно-ориентированные образовательные технологии, направленные на самостоятельное приобретение знаний и их применение (дискуссии, беседы, самостоятельная деятельность);

3) проблемно-развивающие образовательные технологии, направление на формирование творческой личности, обладающей исследовательской активностью и самостоятельностью.

15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] / А. Н. Фомичев - М. : Дашков и К, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394019746.html>

2. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник/ А.А.Томпсон, А. Дж.Стрикленд— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

— 577 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52064>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. Воронин А.Д. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.Д. Воронин, А.В. Королев— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 176 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35549>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

4. Стратегическое управление [Электронный ресурс] / И.К. Ларионов - М. : Дашков и К, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394021916.html>

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

5. Курс МВА по стратегическому менеджменту [Электронный ресурс]/ Айзенштат Расселл [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 586 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43678>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

6. Ополченова Е.В. Современный стратегический анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.В. Ополченова— Электрон. текстовые данные.— М.: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51871>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7. Стратегия бизнеса [Электронный ресурс] / В. В. Портных - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394019616.html>

8. Илышева Н.Н. Учет, анализ и стратегическое управление инновационной деятельностью [Электронный ресурс]/ Н.Н. Илышева, С.И. Крылов— Электрон. текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 216 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18860>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

9. "Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента [Электронный ресурс] / Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель ; Пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2013. - (Серия "СКОЛКОВО")." - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961422238.html>

10. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Б.Т. Кузнецов— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10511>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

11. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах инновационного менеджмента[Электронный ресурс] / В. А. Балыбердин - М. : Дашков и К, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023613.html>

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ

12. Менеджмент сегодня . - М. : ЗАО "Изд. дом "Гребенников". - Выходит раз в два месяца (Архив 2011-2012), № 1-6.
13. Вопросы экономики: – Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=7715> (2012-2016).
14. Менеджмент в России и за рубежом. - М. : Финпресс, 1997 - . - Выходит раз в два месяца. - ISSN 1028-5857 (2011-2016), № 1-6.
15. Проблемы теории и практики управления [Текст] : междунар. журн. – М.: МНИИ проблем управления, 1983. – . – Выходит ежемесячно (Архив 2010-2012), № 1-12. – ISSN 0234-4505

ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННАЯ СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

12. [http:// www.expert.ru](http://www.expert.ru). - Официальный сайт издательского дома «Эксперт»
13. <http://ecsocman.hse.ru> - Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
14. <http://www.mse.ru> - Межбанковская фондовая биржа
15. <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей
16. <http://www.cbr.ru> — Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы).
17. <http://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент
18. <http://www.economist.com> - Газета «The Economist»
19. <http://www.economy.gov.ru> - Министерство экономического развития и торговли РФ (официальный сайт)
20. <http://www.economy.gov.ru> - Министерство экономического развития (Минэкономразвития России)
21. <http://www.ecsocman.edu.ru/> - Федеральный образовательный портал: экономика, социология, менеджмент
22. <http://www.fas.gov.ru> - Федеральная антимонопольная служба (ФАС России)
23. <http://www.fedcom.ru> - Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг Российской Федерации (ФК ЦБ России)
24. <http://www.finansy.ru> — материалы по социально-экономическому положению и развитию в России.
25. <http://www.fitchratings.ru> - Рейтинговое агентство Fitch Ratings
26. <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации
27. 25. <http://www.government.ru> – Официальный сайт Правительства Российской Федерации.
28. 26. <http://www.hrm.ru/> - HR в фокусе внимания
29. <http://www.interfax.ru> - Рейтинговое агентство «Интерфакс»

30. <http://www.ko.ru> - Еженедельник «Компания»
31. <http://www.libertarium.ru/library> — библиотека материалов по экономической тематике.
32. <http://www.minfin.ru> - Министерство финансов Российской Федерации
33. <http://www.minregion.ru> - Министерство регионального развития РФ (официальный сайт)
34. <http://www.moodys.com> - Рейтинговое агентство Moody's Investors Services
35. <http://www.nalog.ru> - Министерство по налогам и сборам Российской Федерации
36. <http://www.naufor.ru> - Национальная ассоциация участников фондового рынка Российской Федерации
37. <http://www.nobel.se/economics/laureates> — Лауреаты Нобелевской премии по экономике.
38. <http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).
39. <http://www.sf-online.ru> - Еженедельник «Секрет фирмы»
40. <http://www.smoney.ru> - Еженедельник «SmartMoney»
41. <http://www.standardandpoors.com> - Рейтинговое агентство Standard & Poor's
42. <http://www.world-bank.org> - Международный банк реконструкции и развития (МБРР)

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ СГТУ ИМЕНИ ГАГАРИНА Ю.А.

43. Лекции [Электронный ресурс] / Учебные материалы // ИОС СГТУ имени Гагарина Ю.А. – Режим доступа : <https://portal3.sstu.ru/Facult/IRBIS/ML/38.04.02-m2-oz/M.1.1.3/default.aspx>
44. Методические указания по проведению практических занятий [Электронный ресурс] / Учебно-методические материалы // ИОС СГТУ имени Гагарина Ю.А. – Режим доступа : <https://portal3.sstu.ru/Facult/IRBIS/ML/38.04.02-m2-oz/M.1.1.3/default.aspx>
45. Методические указания по организации СРС [Электронный ресурс] / Учебно-методические материалы // ИОС СГТУ им. Гагарина Ю.А. – Режим доступа : <https://portal3.sstu.ru/Facult/IRBIS/ML/38.04.02-m2-oz/M.1.1.3/default.aspx>

16. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине и материально-техническое обеспечение

Для реализации ООП ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» по дисциплине «Современный стратегический анализ» в вузе имеются:

– аудитории со стандартным оснащением для проведения лекционных занятий площадью не менее 40 м² на группу студентов, оснащенные доской; экраном; видеопроекционным оборудованием; средствами звуковоспроизведения; ПЭВМ с выходом в сеть Интернет; наглядными пособиями;

– аудитории со стандартным оснащением для проведения семинарских и практических занятий площадью не менее 20 м² на группу студентов, оснащенные доской, учебной мебелью (столами, стульями); наглядными пособиями;

– компьютерный класс площадью не менее 30 м² на группу студентов оснащенный ПЭВМ, имеющими возможность выхода в: Интернет; Электронную библиотечную систему Научно-технической библиотеки СГТУ имени Гагарина Ю.А.; Информационно-образовательную среду СГТУ;

– программное обеспечение: Microsoft Windows 7 professional; Microsoft Windows XP professional; Microsoft Office professional plus 2000; 1С: Предприятие 8.3.

Рабочую программу составил

_____/_____/

17. Дополнения и изменения в рабочей программе

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры

«__»_____201_ г., протокол № _____

Зав. кафедрой _____ Г.А. Хачатрян

Внесенные изменения утверждены на заседании УМКН

«__»_____201_ г., протокол № _____

Председатель УМКН _____ Г.А. Хачатрян