МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

АЗОВО-ЧЕРНОМОРСКИЙ ИНЖЕНЕРНЫЙ ИНСТИТУТ – ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» В Г. ЗЕРНОГРАДЕ

Бутенко Александр Федорович
Подписано цифровой подписью: Бутенко Александр Федорович
Дата: 2024.04.18 14:23:04 +03'00'

УТВЕРЖДАЮ

Директор
А.Ф. Бутенко

18 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Б1.В.06 Стратегический менеджмент

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Производственный менеджмент»

Факультет «Экономика и управление территориями»

Кафедра «Экономика и управление»

Форма обучения очная, очно-заочная

Квалификация выпускника – бакалавр

Зерноград-2024

При разработке рабочей программы учебной дисциплины в основу положены:

1. ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утверждённый Министерством науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. Приказ № 970.

2. Учебный план по профилю подготовки «Производственный менеджмент» (год начала подготовки – 2024) одобрен Ученым советом Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ.
Протокол № 7 от 29 февраля 2024 года.

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегический менеджмент» одобрена на заседании кафедры экономики и управления
Протокол № 8 от 20 марта 2024 года.

Заведующий кафедрой
канд. тех. наук, доцент А.Ф. Рева

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегический менеджмент» рекомендована к использованию в учебном процессе на заседании методической комиссии по направлениям подготовки 38.03.02 и 38.04.02 «Менеджмент»
Протокол № 5 от 29 марта 2024 года.

Председатель методической комиссии
канд. тех. наук, доцент И.В. Украинцева

Разработчик(и):
канд. экон. наук, доцент В.Н.Чекарь

СОДЕРЖАНИЕ

с.

1. Вводная часть…….. 4
1.1 Цели и задачи освоения дисциплины……..... 4
1.2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО ……..... 4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций……..….. 5
2.Основная часть……..... 6
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы……..... 6
2.2. Содержание учебной дисциплины……..... 8
2.2.1.Разделы учебной дисциплины (модуля) виды учебной деятельности и формы контроля…… 10
2.2.2. Лабораторный практикум…….. 12
2.2.3. Практические занятия (семинары)…… 12
2.3. Самостоятельная работа студента…….. 18
3. Образовательные технологии……... 20
3.1. Интерактивные образовательные технологии……... 21
4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины (модуля)…….. 22
4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств…….. 22
4.2. Примерные темы курсовых работ…….. 23
4.3. Примерные темы рефератов……..... 23
4.4. Тесты текущего контроля……..... 24
4.5. Технические средства контроля…… 37
4.6. Список экзаменационных вопросов ..…….. 40
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля) ……. 43
5.1. Основная литература……... 43
5.2. Дополнительная литература…… 44
5.3. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и другие Интернет-ресурсы……... 46
5.4 Программное обеспечение учебного процесса…….……. 46
5.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся…….. 47
6.Материально-техническое обеспечение дисциплины……..... 48
7. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)…… 49
Приложение 1 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
Приложение 2 Лист переутверждения рабочей программы учебной дисциплины

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины заключаются в формировании у студентов представления о современных тенденциях развития стратегического управления, основных подходах к определению стратегии; изучение теоретических и практических вопросов стратегического менеджмента предприятии, компаний и организаций в современных экономических условиях, формирование у студентов стратегического мышления и получения комплекса теоретических знаний и практических навыков по принятию стратегических решений, методах формирования стратегии и видах стратегий в условиях формирования портфеля стратегических бизнес-единиц, а также системам реализации стратегических решений.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО.

Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение данной дисциплины базируется на освоении студентами дисциплин: разработка управленческих решений, управление человеческими ресурсами, маркетинг, корпоративная социальная ответственность, организация производства, информационные технологии в менеджменте, планирование в организации, инновационный менеджмент.

Освоение данной дисциплины необходимо для качественного овладения дисциплин:

- управление проектами
- финансовый менеджмент
- выполнение и защита выпускной квалификационной работы

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций

Изучение дисциплины направлено на формирование профессиональных компетенций (установленных самостоятельно), необходимых для решения задач профессиональной деятельности и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	
		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые знания, умения и навыки
1	2	3	4
ПК-2	Способен осуществлять мониторинг данных и их анализ для проведения расчетов экономиче-	ПК-2.3 Способен к анализу исходных данных при разработке проектов и планов деятельности организации	Знать: методические материалы по планированию, учету и анализу финансово-хозяйственной деятельности организации Уметь: проводить мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей организации

	ских показателей деятельности организации		Владеть: инструментарием для расчета и анализа экономических показателей результатов деятельности организации
ПК-5	Способен анализировать и интерпретировать экономические показатели результатов деятельности организации для принятия управленческих решений	ПК-5.1 Планирует и организует работу по анализу деятельности организации	Знать: технологические и организационно-экономические условия производства в соответствии с отраслевой направленностью деятельности организации; порядок разработки стратегических планов хозяйственно-финансовой и производственной деятельности организации Уметь: осуществлять экономический анализ хозяйственной деятельности организации и ее подразделений, выявлять резервы производства; анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчетности организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений Владеть: методами анализа производственно-хозяйственные планы организации и расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; приемами построения стандартных теоретических и эконометрических моделей.
		ПК-5.2 Способен к проведению экономического анализа показателей, характеризующих деятельность организации и планы ее развития	
ПК-6	Способен разрабатывать и принимать управленческие решения для достижения планируемых финансово-экономических показателей деятельности экономических субъектов	ПК-6.1 Способен определять резервы и подготавливать предложения по повышению эффективности деятельности организации	Знать: порядок разработки перспективных и годовых планов хозяйственно-финансовой и производственной деятельности организации; технологические и организационно-экономические условия производства в соответствии с отраслевой направленностью деятельности организации Умет: выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами Владеть: методикой расчета влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации; определения экономической эффективности организации труда и производства, внедрения инновационных технологий, резервов повышения эффективности деятельности организации
		ПК-6.2 Организует реализацию разработанных управленческих решений для достижения финансово-экономических показателей деятельности экономических субъектов	

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид работы		**Всего часов/ зач. единиц**	**Семестр**
			№ 6
Аудиторные занятия (всего)		**72**	**72**
в том числе:			
Лекции (Л)		36	36
Практические занятия (ПЗ)		36	36
Лабораторные работы		**-**	**-**
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		**72**	**72**
в том числе			
Курсовая работа		**-**	**-**
Работа с литературой		26	26
Реферат		18	18
Самоподготовка		28	28
СРС в период промежуточной аттестации		**36**	**36**
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З) Зачет с оценкой (ЗО)		
	Экзамен (Э)	**Э**	**Э**
ИТОГО: **Общая трудоемкость**	часов	**180**	**180**
	зач. единиц	**5**	**5**

Очно-заочная форма обучения

Вид работы		Всего часов/ зач. единиц	Семестр
			№ 8
Аудиторные занятия (всего)		**28**	**28**
в том числе:			
Лекции (Л)		14	14
Практические занятия (ПЗ)		14	14
Лабораторные работы		**-**	**-**
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		**143**	**143**
в том числе			
Курсовая работа		**-**	**-**
Работа с литературой		62	62
Реферат		18	18
Самоподготовка		63	63
СРС в период промежуточной аттестации		**9**	**9**
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З) Зачет с оценкой (ЗО)		
	Экзамен (Э)	**Э**	**Э**
ИТОГО: **Общая трудоемкость**	часов	**180**	**180**
	зач. единиц	**5**	**5**

2.2. Содержание учебной дисциплины

Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра очное (оч.-заочн.)	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Коды индикаторов достижения компетенций
1	2	3	4
6(8)	**1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента**	**1.1. Понятие и сущность стратегического менеджмента.** Стратегический менеджмент как современная концепция управления. Отраслевая специфика стратегического менеджмента. Основные понятия и составляющие стратегического менеджмента. Процесс, этапы и модель стратегического менеджмента.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**1.2. Стратегический менеджмент как реакция на изменения внешней среды.** Реакция стратегического менеджмента на неожиданные изменения. Стратегическая информация и методы оценки изменений во внешней среде. Анализ и управление стратегическими задачами. Использование слабых сигналов в стратегическом менеджменте. Эволюция систем управления организацией как реакция на воздействие изменений внешней среды.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**1.3. Основные составляющие стратегического менеджмента.** Понятие стратегической единицы бизнеса и портфеля предприятия. Типы стратегий: корпоративная, деловая, функциональная. Основные этапы стратегического менеджмента. Миссия и цели предприятия.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)	**2. Инструментарий стратегического менеджмента**	**2.1. Инструментарий стратегического анализа факторов внешней среды.** Основные составляющие и типы внешней среды. Цели её анализа. Анализ отрасли. Стратегические группы конкурентов. Анализ потребителей.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**2.2. Стратегический анализ внутренней среды предприятия и разработка стратегий управления человеческими ресурсами организаций.** Цели, принципы и методы управленческого анализа. Определение стратегических ресурсов предприятия и сфер деятельности. Конкурентные преимущества предприятия. Подходы к определению структуры управленческого анализа. Проблемы управленческого анализа, его место в разработке стратегии предприятия.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2

1	2	3	4
6(8)	**2. Инструментарий стратегического менеджмента**	**2.3. Разработка общей корпоративной стратегии на основе учета организационной культуры.** Базовые стратегии развития предприятия. Цели и основные этапы портфельного анализа. Матрицы и модели портфельного анализа. Матрицы стратегического анализа малых и средних предприятий.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**2.4. Базовые стратегии конкурентных преимуществ.** Понятие теории конкурентных преимуществ. Стратегия лидерства в издержках. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования. Стратегия новатора. Стратегия синергизма	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**2.5. Стратегии предприятий различных отраслей.** Модель жизненного цикла отрасли. Стратегия инновационных предприятий. Стратегия предприятий зрелых отраслей. Отрасли, переживающие спад. Глобальная стратегия.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)	**3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия**	**3.1. Стратегические альтернативы и стратегический выбор.** Содержание процесса разработки и выбора стратегических альтернатив. Подходы к формированию стратегических альтернатив. Учет рисков в процессе разработки стратегических альтернатив предприятия.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**3.2. Разработка стратегии предприятия с позиций социальной значимости принимаемых решений.** Взаимодействие предприятия и общества. Основные подходы к социальной ответственности предприятия. Разработка стратегии предприятия по отношению к обществу.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**3.3. Управление стратегическими возможностями.** Приростный и предпринимательский стили поведения предприятия. Стратегический менеджмент и оперативное управление. Понятие и элементы стратегического потенциала предприятия.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**3.4. Стратегическое планирование.** Понятие и сущность стратегического планирования. Процесс и этапы стратегического планирования. Стратегический план.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
6(8)		**3.5. Реализация стратегии развития предприятий с учетом специфики агропромышленного производства.** Задачи и этапы процесса реализации стратегии. Типы изменений и методы проведения преобразований. Оценка и контроль реализации стратегии.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2

2.2.1. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

Очная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (*по неделям семестра)*
		Л	**ЛР**	**ПЗ**	**СРС**	**всего**	
6	1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента	12	-	12	24	48	устный опрос, решение учебных задач, аудиторные задания (реферат)
6	2. Инструментарий стратегического менеджмента	12	-	12	24	48	устный опрос, решение учебных задач, аудиторные задания (реферат)
6	3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия	12	-	12	24	48	устный опрос, решение учебных задач, аудиторные задания (реферат)
6	Экзамен	-	-	-	-	**36**	собеседование, решение задач
	ИТОГО:	**36**	**-**	**36**	**72**	**180**	

Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (*по неделям семестра)*
		Л	**ЛР**	**ПЗ**	**СРС**	**всего**	
8	1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента	4	-	4	49	57	устный опрос, решение учебных задач, аудиторные задания (реферат)
8	2. Инструментарий стратегического менеджмента	6	-	4	47	57	устный опрос, решение учебных задач, аудиторные задания (реферат)
8	3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия	4	-	6	47	57	устный опрос, решение учебных задач, аудиторные задания (реферат)
8	Экзамен	-	-	-	-	**9**	собеседование, решение задач
	ИТОГО:	**14**	**-**	**14**	**143**	**180**	

2.2.2. Лабораторный практикум

Не предусмотрен.

2.2.3. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

№ п\п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов
1	2	3	4	5
	6	**1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента**		
1	6	1.1. Понятие и сущность стратегического менеджмента	Практическое занятие №1. **Концепция стратегического менеджмента.** Потребность современной экономической системы в стратегическом менеджменте. Основные принципы новой управленческой парадигмы и ее отличие от традиционной, рационалистской. Понятие стратегического управления. Факторы, ограничивающие использование стратегического менеджмента на российском рынке.	4
2	6	1.2. Стратегический менеджмент как реакция на изменения внешней среды.	Практическое занятие №2. **Эволюция систем управления организацией.** Основные этапы стратегического менеджмента: бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование и стратегический менеджмент. Основные факторы отличия стратегического управления от планирования. Классификацию систем управления.	4
3	6	1.3.Основные составляющие стратегического менеджмента.	Практическое занятие №3. **Методологические основы стратегического менеджмента.** Суть системного подхода как методологической основы стратегического менеджмента. Сущность и содержание социально-экономической системы как объекта стратегического менеджмента. Основные признаки и свойства социально-экономической системы. Основные элементы логической модели стратегического менеджмента. Сущность индикативного и директивного планирования.	4

1	2	3	4	5
	6	**2. Инструментарий стратегического менеджмента**		
4	6	2.1. Инструментарий стратегического анализа факторов внешней и внутреннней среды.	Практическое занятие №4. **Методы и модели анализа внешней среды предприятия.** STEP-анализ. Отраслевой анализ. Конкурентный анализ. Содержание и принципы проведения стратегического анализа среды предприятия. SWOT-анализ. Система McKincey, «цепочка ценностей» Портера, подход Омаэ. Решение практических задач.	4
7	6	2.3. Разработка общей корпоративной стратегии.	Практическое занятие №5. **Матрицы портфельного анализа.** Матрица Бостонской консультационной группы. Модифицированная матрица БКГ. Матрица McKincey – General Electric. Матрица фирмы Arthur D. Little (ADL/LC). Матрица Ансоффа. Трёхмерная схема Абеля. Метод LOTS. Метод GAP. Метод PIMS. Решение практических задач.	4
8	6	2.4. Базовые стратегии конкурентных преимуществ и стратегии предприятий различных отраслей.	Практическое занятие №6. **Процесс разработки стратегии.** Конкурентные преимущества предприятия как основа формирования конкурентной стратегии. Типовые конкурентные стратегии. Понятие конкурентного статуса и методика его определения. Выбор конкурентного статуса. Матрица McKincey. Управление стратегическим набором. Стратегия инновационных предприятий. Стратегия предприятий зрелых отраслей. Отрасли, переживающие спад. Глобальная стратегия. Решение практических задач.	4

1	2	3	4	5
	6	**3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия**		
11	6	3.1. Стратегические альтернативы и стратегический выбор.	Практическое занятие №7. **Процесс разработки стратегий.** Этапы процесса разработки стратегии. Стратегическая сегментация. Анализ жизненного цикла отрасли. Выбор позиции в конкуренции. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования. Подходы к формированию стратегических альтернатив. Выбор стратегии предприятия с учетом рисков.	4
13	6	3.2. Стратегия предприятия и общество.	Практическое занятие №8. **Формирование стратегии предприятия с учетом социальной среды.** Взаимодействие предприятия и общества. Основные подходы к социальной ответственности предприятия. Разработка стратегии предприятия с учетом социальной ответственности предприятия. Процесс и этапы стратегического планирования. Стратегический план.	4
15	6	3.4. Управление стратегическими возможностями и реализация стратегии развития предприятия	Практическое занятие №9. **Стили поведения предприятия как определяющий фактор стратегического менеджмента.** Стратегическая позиция и факторы ее определяющие. Анализ профиля стратегических возможностей предприятия. Определение и характеристика стратегических позиций предприятия на рынке. Стратегические целевые установки. Организационные стратегии. Анализ и выбор стратегических позиций. Содержание процесса реализации стратегии. Организационная структура как фактор реализации стратегии предприятий агропромышленного производства. Проектирование систем управления в стратегическом менеджменте. Стратегический контроль.	4
	6	**ИТОГО часов в семестре:**		**36**

Очно-заочная форма обучения

№ п\п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов
1	2	3	4	5
	8	**1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента**		
1	8	1.1. Понятие и сущность стратегического менеджмента	Практическое занятие №1. **Концепция стратегического менеджмента.** Потребность современной экономической системы в стратегическом менеджменте. Основные принципы новой управленческой парадигмы и ее отличие от традиционной, рационалистской. Понятие стратегического управления. Факторы, ограничивающие использование стратегического менеджмента на российском рынке.	1
2	8	1.2. Стратегический менеджмент как реакция на изменения внешней среды.	Практическое занятие №1. **Эволюция систем управления организацией.** Основные этапы стратегического менеджмента: бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование и стратегический менеджмент. Основные факторы отличия стратегического управления от планирования. Классификацию систем управления.	1
3	8	1.3.Основные составляющие стратегического менеджмента.	Практическое занятие №2. **Методологические основы стратегического менеджмента.** Суть системного подхода как методологической основы стратегического менеджмента. Сущность и содержание социально-экономической системы как объекта стратегического менеджмента. Основные признаки и свойства социально-экономической системы. Основные элементы логической модели стратегического менеджмента. Сущность индикативного и директивного планирования.	2

1	2	3	4	5
	8	**2. Инструментарий стратегического менеджмента**		
4	8	2.1. Инструментарий стратегического анализа факторов внешней и внутреннней среды.	Практическое занятие №3. **Методы и модели анализа внешней среды предприятия.** STEP-анализ. Отраслевой анализ. Конкурентный анализ. Содержание и принципы проведения стратегического анализа среды предприятия. SWOT-анализ. Система McKincey, «цепочка ценностей» Портера, подход Омаэ. Решение практических задач.	1
7	8	2.3. Разработка общей корпоративной стратегии.	Практическое занятие №3. **Матрицы портфельного анализа.** Матрица Бостонской консультационной группы. Модифицированная матрица БКГ. Матрица McKincey – General Electric. Матрица фирмы Arthur D. Little (ADL/LC). Матрица Ансоффа. Трёхмерная схема Абеля. Метод LOTS. Метод GAP. Метод PIMS. Решение практических задач.	1
8	8	2.4. Базовые стратегии конкурентных преимуществ и стратегии предприятий различных отраслей.	Практическое занятие №4. **Процесс разработки стратегии.** Конкурентные преимущества предприятия как основа формирования конкурентной стратегии. Типовые конкурентные стратегии. Понятие конкурентного статуса и методика его определения. Выбор конкурентного статуса. Матрица McKincey. Управление стратегическим набором. Стратегия инновационных предприятий. Стратегия предприятий зрелых отраслей. Отрасли, переживающие спад. Глобальная стратегия. Решение практических задач.	2

1	2	3	4	5
	8	**3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия**		
11	8	3.1. Стратегические альтернативы и стратегический выбор.	Практическое занятие №5. **Процесс разработки стратегий.** Этапы процесса разработки стратегии. Стратегическая сегментация. Анализ жизненного цикла отрасли. Выбор позиции в конкуренции. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования. Подходы к формированию стратегических альтернатив. Выбор стратегии предприятия с учетом рисков.	2
13	8	3.2. Стратегия предприятия и общество.	Практическое занятие №6. **Формирование стратегии предприятия с учетом социальной среды.** Взаимодействие предприятия и общества. Основные подходы к социальной ответственности предприятия. Разработка стратегии предприятия с учетом социальной ответственности предприятия. Процесс и этапы стратегического планирования. Стратегический план.	2
15	8	3.4. Управление стратегическими возможностями и реализация стратегии развития предприятия	Практическое занятие №7. **Стили поведения предприятия как определяющий фактор стратегического менеджмента.** Стратегическая позиция и факторы ее определяющие. Анализ профиля стратегических возможностей предприятия. Определение и характеристика стратегических позиций предприятия на рынке. Стратегические целевые установки. Организационные стратегии. Анализ и выбор стратегических позиций. Содержание процесса реализации стратегии. Организационная структура как фактор реализации стратегии предприятий агропромышленного производства. Проектирование систем управления в стратегическом менеджменте. Стратегический контроль.	2
	8	**ИТОГО часов в семестре:**		**14**

2.3. Самостоятельная работа студента

Виды СРС:

Очная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
6	1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	8
		Написание рефератов по разделу 1	6
		Подготовка к практическим занятиям	10
6	2. Инструментарий стратегического менеджмента	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	8
		Написание рефератов по разделу 2	6
		Подготовка к практическим занятиям	10
6	3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	8
		Написание рефератов по разделу 3	6
		Подготовка к практическим занятиям	10
ИТОГО часов в семестре:			**72**

Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
8	1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	21
		Написание рефератов по разделу 1	6
		Подготовка к практическим занятиям	22
8	2. Инструментарий стратегического менеджмента	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	20
		Написание рефератов по разделу 2	6
		Подготовка к практическим занятиям	20
8	3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия	Проработка лекций, учебной и методической литературы.	20
		Написание рефератов по разделу 3	6
		Подготовка к практическим занятиям	22
ИТОГО часов в семестре:			**143**

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Очная форма обучения

№ семестра	Виды учебной работы	Образовательные технологии	Особенности проведения занятий (индивидуальные/ групповые)
6	Лекции по темам 1.1-1.3; 2.1-2.5; 3.1-3.5	Лекции проблемного изложения	Групповые
6	Практические занятия №1-3	Проблемный семинар, классическая дискуссия.	Групповые
6	Практическое занятие №4	Проблемный семинар, круглый стол.	Групповые
6	Практическое занятие №5	Защита индивидуального задания «Анализ внешней и внутренней среды сельскохозяйственного предприятия»	Индивидуальное
6	Практическое занятие №6	Проблемный семинар, решение задач.	Групповые
6	Практическое занятие №7	Проблемный семинар, классическая дискуссия	Групповые
6	Практические занятия №8-9	Защита индивидуального задания «Стратегия развития сельскохозяйственного предприятия»	Индивидуальное

Очно-заочная форма обучения

№ семестра	Виды учебной работы	Образовательные технологии	Особенности проведения занятий (индивидуальные/ групповые)
8	Лекции по темам 1.1-1.3; 2.1-2.5; 3.1-3.5	Лекции проблемного изложения	Групповые
8	Практические занятия №1-3	Проблемный семинар, классическая дискуссия.	Групповые
8	Практическое занятие №4	Проблемный семинар, круглый стол.	Групповые

8	Практическое занятие №5	Защита индивидуального задания «Анализ внешней и внутренней среды сельскохозяйственного предприятия»	Индивидуальное
8	Практическое занятие №6	Проблемный семинар, решение задач.	Групповые
8	Практическое занятие №7	Защита индивидуального задания «Стратегия развития сельскохозяйственного предприятия»	Индивидуальное

3.1. Интерактивные образовательные технологии

Занятия в интерактивной форме в объеме:
лекции – 12 (10) часов;
практические занятия – 12(10) часов

В исключительных случаях применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии (ЭО и ДОТ), включая проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Реализация программы дисциплины с использованием ЭО и ДОТ осуществляется по усмотрению ведущего преподавателя с учетом технических возможностей обучающихся с использованием программных средств, обеспечивающих применение элементов ЭО и ДОТ в Институте, путем синхронного и асинхронного взаимодействия, к которым могут относиться:

- электронная информационно-образовательная среда Института;
- групповая голосовая конференция в мессенджерах (Яндекс.Мессенджер, VK Teams);
- групповой чат в мессенджерах Яндекс.Мессенджер, социальной сети ВКонтакте;
- онлайн видеоконференция в Яндекс.Телемост;
- видеозаписи лекций педагогических работников Института, размещённые на различных видеохостингах (например, на каналах преподавателей) и/или облачных хранилищах (например, Яндекс.Диск).

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1.Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ семестра	Виды контроля и аттестации*	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование раздела учебной дисциплины	Оценочные средства		
				Форма**	Количество вопросов и заданий	Количество независимых вариантов
6(8)	Тат-1	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	1. Теоретические основы и эволюция развития стратегического менеджмента	УО-1	12	-
				ПР-1, ТС-2	10/2	3/3
				ПР-4	13	
6(8)	Тат-2	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	2. Инструментарий стратегического менеджмента	УО-1	22	-
				ПР-1, ТС-2	10/2	3/3
				ПР-4	25	
6(8)	Тат-3	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	3. Стратегические альтернативы и реализация стратегий предприятия	УО-1	20	
				ПР-1, ТС-2	10/3	3/3
				ПР-4	22	
6(8)	ПрАт	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	Экзамен	собеседование	54	-

* Тат – текущая аттестация, ПрАт – промежуточная аттестация

**УО-1 – устный опрос; ПР-1 –письменная работа (тесты); ТС-2 – технические средства контроля (решение учебных задач); ПР-3 – письменная курсовая работа, ПР-4 – письменная работа (реферат); УО-4 – экзамен.

4.2. Примерные темы курсовых проектов (работ)

Курсовая работа не предусмотрена

4.3. Примерные темы рефератов

Раздел 1

1. Этапы формирования системы стратегического управления.
2. Сходство и различие стратегического менеджмента и стратегического маркетинга.
3. Основные концепции стратегического управления.
4. Участники процесса стратегического управления предприятием.
5. Направления и методы изменения организационной культуры в связи с реализацией стратегии.
6. Модели и школы стратегического менеджмента: логика эволюции, сравнительный анализ, методология использования.
7. Стратегический и эволюционный менеджмент: сравнение стратегий американских, российских и японских организаций.
8. Стратегия реинжиниринга бизнес–процессов и особенности ее реализации на российских предприятиях.
9. Развитие организации: стратегический менеджмент и логика структурных изменений.
10. Организационная культура как невидимый барьер стратегических изменений.
11. Стратегия и проектирование стержневых компетенций в организации.
12. Эволюция стратегического менеджмента в России: система факторов и логика изменений.
13. Стратегические компетенции и стратегический менеджмент организаций в условиях развитых «административных» рынков.

Раздел 2

1. Построение качественных и количественных прогнозов изменения внешнего окружения.
2. Разграничение и организация процесса стратегического планирования на корпоративном и бизнес уровнях.
3. Особенности организации «цепочки ценностей» М. Портера в различных моделях менеджмента.
4. Организация стратегического маркетингового планирования на крупных, средних и малых предприятиях.
5. Сравнительный анализ профилей конкурентоспособности организации на целевых рынках.
6. Формирование стратегической программы подготовки кадров.
7. Стратегии развития рынка новой продукции и их использование в отечественной практике.
8. Анализ, оценка и планирование оптимальной рыночной доли фирмы на целевом рынке.
9. Планирование изменения стратегической позиции организации.
10. Особенности организации стратегического менеджмента на малых и средних предприятиях.
11. Оценка устойчивости, эффективности сильных и слабых сторон предприятия при осуществлении стратегического развития.
12. Культурное «измерение» стратегических изменений.
13. Стратегические программы, их структура и технологии разработки.
14. Модель формирования стратегий «заинтересованных групп» и «стратегический дрейф» организаций.
15. Организация принятия стратегических решений на предприятии топ–менеджерами и менеджерами среднего звена при различных моделях менеджмента.

16. Типовые стратегии М. Портера и возможности их реализации в российском крупном и малом бизнесе.
17. Методы и технологии построения сценарного прогноза развития предприятия (корпорации).
18. Стратегическое маневрирование.
19. Порядок разработки, проектирования системы стратегического менеджмента на предприятии.
20. Оценка влияния внешних факторов на решения в системе стратегического менеджмента.
21. Оценка эффективности организации стратегического менеджмента на предприятии.
22. Оценка рисков принятия стратегических решений.
23. Развитие финансового планирования в системе стратегического менеджмента.
24. Принятие стратегических решений в условиях прогнозируемой нестабильности: концептуальные подходы и технологии.
25. Процедуры и технологии формирования портфельной стратегии на предприятии.

Раздел 3

1. Контроль и оценка деятельности систем с точки зрения воплощения стратегии.
2. Стратегический менеджмент в самопроектирующихся и обучающихся организациях.
3. Разработка, корректировка и обновление политики на предприятии при реализации функциональных стратегий.
4. Состояние и перспективы стратегического планирования в современных российских организациях.
5. Моделирование среды задач организации и анализ их изменчивости.
6. Сравнительный анализ организации стратегического менеджмента в различных типах экономических систем.
7. Оценка изменений в стратегическом потенциале организаций.
8. Сегментирование «административных рынков» и его отражение в концепции стратегического менеджмента предприятия.
9. Новая логическая модель стратегического менеджмента: от организационных изменений к стратегии.
10. Сокращение размеров организации: стратегии, реструктурирование, оценка последствий.
11. Стратегии профессионализации и их влияние на крупные бюрократии.
12. Институциональное обеспечение проектируемых стратегических изменений.
13. Теория когнитивных карт в стратегическом менеджменте и некоторые результаты ее применения к отечественным предприятиям и организациям.
14. Использование системного подхода при организации стратегического менеджмента на предприятии.
15. Методы анализа и оценки переходных процессов на предприятии при смене стратегии.
16. Организация управления реализацией стратегических планов фирмы.
17. Стратегия развития предприятия в новых отраслях.
18. Стратегический менеджмент и архетипы организационных преобразований.
19. Влияние стратегического мышления на процессы планирования.
20. Сопротивление стратегическим изменениям в различных типах хозяйственных систем.
21. Планирование стратегического партнерства.
22. Стратегический менеджмент в управлении малыми фирмами.

4.4. Тесты текущего контроля

Раздел 1

Тест №1

1. Стратегический менеджмент - это:

а) процесс принятия решений;

б) наука об управлении сложными объектами;
в) наука и технология стратегического управления;
г) искусство.

2. Стратегический менеджмент выполняет следующие функции:
а) планирование, организация, руководство и контроль;
б) прогнозирование, планирование, организация, координацию, учет, контроль, анализ и мотивацию;
в) социальное планирование, координация, контроль и мотивацию.

3. К основным понятиям стратегического менеджмента относятся:
а) структура организации;
б) миссия;
в) персонал;
г) функции управления.

4. Объектами стратегического менеджмента являются:
а) исследование и развитие;
б) производство;
в) мотивация;
г) маркетинг;
д) различные виды стратегий организации.

5. По отношению к сфере бизнеса стратегический менеджмент предполагает:
а) выбор структуры организации;
б) поиск сферы деятельности;
в) выбор стратегии выживания.

8. В чем состоят основные различия между стратегическим управлением на коммерческом предприятии и в государственном учреждении?
а) на коммерческом предприятии можно организовать стратегическое управление, а в государственном учреждении — нельзя;
б) на коммерческом предприятии есть миссия, а в государственном учреждении ее нет;
в) различий нет;
г) имеются различия в способах формирования миссии и целей, в способах мониторинга и контроля, в характере ответственности, в способах оценки деятельности.

9. Кто считается предшественником стратегического управления и первым стратегом?
а) военные стратегии и мыслители;
б) философы древности и военные стратеги;
в) немецкие военные стратеги;
г) китайские философы.

10. Какая ошибка наиболее часто повторяется при реализации новой стратегии?
а) отсутствие необходимых ресурсов;
б) неспособность и отсутствие желания осуществлять стратегическое планирование;
в) плохое знание внешнего рынка;
г) новая стратегия автоматически налагается на старую структуру.

Тест №2

1. Существуют следующие виды стратегий по уровням управления:

а) портфельная;
б) текущая;
в) деловая (конкурентная);
г) функциональная.

2. Основной целью портфельной стратегии является:
а) разделение труда;
б) определение специфики и особенностей товара конкурента;
в) расширение и укрепление портфеля ценных бумаг;
г) выявление конкурентных преимуществ.

3. Основной целью деловой стратегии является:
а) достижение устойчивых конкурентных преимуществ в организации;
б) расширение портфеля ценных бумаг;
в) определение работ в подразделениях организации;
г) совершенствование структуры управления.

4. Основной целью функциональной стратегии является:
а) разработка миссии организации;
б) разработка целей и задач в подразделениях организации;
в) определение сроков реализации продукции;
г) выявление потребностей персонала.

5. Стратегия низких издержек особенно успешна, если:
а) эластичность спроса по цене высока;
б) эластичность спроса по цене низка;
в) эластичность спроса по цене нулевая;
г) издержки в основном состоят из издержек на заработную плату.

6. Стратегия дифференциации особенно успешна:
а) в условиях массового спроса;
б) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара;
в) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;
г) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу.

7. Стратегия сегментации особенно успешна при:
а) торговле однородным товаром;
б) производстве товаров массового спроса;
в) оказании элитных услуг;
г) организации торговли в маленьком городе.

8. Главная цель управления заданиями в организации — это:
а) создание новых и более мощных конкурентных преимуществ;
б) упорядочение знаний, которыми обладают сотрудники организации;
в) создание новых знаний;
г) все предыдущие ответы верны.

9. 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:
   а) стратегию развития рынка;
   б) стратегию развития продукта;
   в) стратегию проникновения на рынок.

10. Может ли фирма на практике одновременно реализовывать несколько стратегий:
   а) может;
   б) не может;
   в) может, только если это многоотраслевая компания.

Тест 3

1. Миссия предприятия — это:
   а) философия предприятия, его предназначение, смысл существования;
   б) желаемое состояние предприятия или результат его деятельности, достижимый в пределах некоторого интервала времени;
   в) план долгосрочных действий предприятия по достижению конкретных долгосрочных целей.

2. Миссия предприятия должна вырабатываться с учетом следующих факторов:
   а) истории предприятия, в процессе которой вырабатывалась философия предприятия, формировались его портфель, место на рынке и стиль работы;
   б) существующего стиля поведения собственников и менеджеров;
   в) отличительных особенностей предприятия;
   г) всего вышеперечисленного.

3. Миссия предприятия должна включать следующие элементы:
   а) целевые ориентиры, указывающие направление деятельности предприятия, то, к чему оно должно стремиться;
   б) сферу деятельности предприятия, показывающую, какие товары оно предлагает потребителям и на каких типах рынков;
   в) моральный кодекс предприятия, определяющий традиции, обычаи, особенности корпоративной культуры;
   г) долгосрочные цели предприятия.

4. Цель предприятия — это:
   а) философия предприятия, его предназначение, смысл существования;
   б) желаемое состояние предприятия (либо его отдельных подсистем) или результат его деятельности, достижимый в пределах некоторого интервала времени;
   в) план долгосрочных действий предприятия по достижению конкретных долгосрочных целей;
   г) долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы его деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, а также позиции предприятия в окружающей среде, приводящее предприятие к его целям.

5. В число восьми ключевых пространств, в рамках которых предприятие определяет свои цели, Питер Друкер включает:
   а) философию предприятия, его предназначение, смысл существования;
   б) положение на рынке;
   в) инновации;

г) долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы его деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, а также позиции предприятия в окружающей среде, приводящее предприятие к его целям.

6. В число восьми ключевых пространств, в рамках которых предприятие определяет свои цели, Питер Друкер включает:
а) производительность;
б) ресурсы;
в) доходность (прибыльность);
г) персонал;
д) все вышеперечисленное.

7. Цель предприятия «стабильный рост»:
а) предполагает, что предприятие должно развиваться быстрее отрасли;
б) предполагает, что при ее достижении предприятие развивается примерно таким же темпом, как и отрасль в целом;
в) ставится предприятием тогда/когда по целому ряду причин оно вынуждено развиваться более медленным темпом, чем отрасль в целом;
г) все вышеперечисленное.

8. По функциональным областям цели делятся на:
а) производственные, организационные, инновационные, финансово-экономические;
б) конечные и промежуточные;
в) траекторные и точечные;
г) экономические и неэкономические.

9.SMART-анализ целей — это:
а) анализ, который исследует степень конкретности, актуальности, реалистичности, отслеживаемости, возможности количественной и качественной оценки целей;
б) исследование целей на предмет качества;
в) анализ уровня иерархичности целей;
г) анализ отношения целей к планируемому периоду.

10. Стратегическая проблема предприятия — это:
а) несоответствие текущего состояния управляемой подсистемы предприятия поставленным управляющей подсистемой целям;
б) трудность, препятствие, нехватка чего-либо;
в) слабая сторона в деятельности предприятия;
г) конкурентный недостаток предприятия.

Раздел 2

Тест № 1

1. Что является главной целью стратегического анализа внешней среды организации?
а) информация, которую надо учитывать при формулировании миссии организации;
б) информация об угрозах, которую надо учитывать при разработке конкретной стратегии организации;
в) изучение специфики товара конкурента.

2. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что:
а) окружение не будет изменяться;

б) в окружении не будет происходить качественных изменений;
в) в окружении постоянно будут происходить изменения.

3. Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми)?
а) сильные стороны отрасли;
б) сильные стороны фирмы;
в) цели фирмы;
г) интересы вашего руководства;
д) квалификация работников;
е) степень зависимости от внешней среды;
ж) все перечисленные факторы.

4. К составляющим внешней среды относятся:
а) микроокружение;
б) мегоокружение;
в) макроокружение;
г) миниокружение;

5. SWOT-анализ включает:
а) анализ возможностей организации и вероятных угроз;
б) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами;
в) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков;
г) все вместе взятое.

6. В каком порядке заполняется таблица SWOT - анализа?
а) SWOT;
б) OTSW;
в) WSOT.

7. С какой позиции рассматриваются обозначения W и T в SWOT - анализе?
а) с позиции внешнего окружения;
б) с позиции организации;
в) пункты а, б;
г) пункты а, б не верны.
8. Что такое проблемное окружение?
а) это такая внешняя среда, которая создает проблемы;
б) это образное обозначение внешней среды организации;
в) так называют конкурентов организации;
г) смысл этого термина — подчеркнуть необходимость отношения к внешнему окружению как к источнику проблем;
д) это упорядоченный перечень основных проблем, связанных с внешними источниками.

9. Анализ сильных и слабых сторон организации, оценка ее возможностей и потенциальных угроз, а также метод для анализа внешней и внутренней среды – это:
а) ПЭСТ - анализ;
б) SWOT - анализ;
в) управленческий анализ;
г) портфельный анализ.

10. Стратегическая зона хозяйствования — это:
а) зона наибольшего хозяйственного риска;
б) перспективный сегмент рынка;
в) сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход;
г) свободная экономическая зона.

Тест № 2

1. В основе классификаций стратегий используются следующие классификационные признаки:
а) стадия жизненного цикла отрасли;
б) относительная сила отраслевой позиции организации;
в) степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе;
г) совокупность этих и других классификационных признаков.

2. Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми)?
а) сильные стороны отрасли;
б) сильные стороны фирмы;
в) цели фирмы;
г) интересы высшего руководства;
д) квалификация работников;
е) степень зависимости от внешней среды;
ж) все перечисленные факторы.

3. К основным видам деятельности в цепочке ценностей относят:
а) материально-техническое обеспечение;
б) продажи;
в) закупки;
г) управление людскими ресурсами;
д) производство;
е) все вышеперечисленное.

4. Какие стратегии может выбирать фирма, имеющая сильные конкурентные позиции, при медленном росте рынка?
а) совместное предприятие в новой области;
б) концентрическая диверсификация;
в) горизонтальная интеграция или слияние;
г) сокращение;
д) вертикальная интеграция;
е) конгломератная диверсификация.

5. Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам:
а) высокого ранга;
б) низкого ранга.

6. Какие из перечисленных факторов определяют конкурентную силу поставщика организации?
а) уровень специализации поставщика;
б) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами;

в) темпы инфляции и нормы налогообложения;
г) все перечисленные факторы.

7. Конкурентная среда организации определяется:
а) только внутриотраслевыми конкурентами;
б) внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию;
в) фирмами, производящими замещающий продукт;
г) только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом.
8. Наличие продуктов-заменителей:
а) уменьшает ценовую власть покупателей;
б) увеличивает ценовую власть покупателей;
в) не влияет на ценовую власть покупателей;
г) увеличивает экспортно-импортное сальдо.

9. Центральная компетенция — это:
а) компетенция чиновников центральных министерств и ведомств;
б) компетенция управленческого персонала фирмы;
в) компетенция организации в целом в области производства и реализации продукции;
г) уникальная способность организации осуществлять те или иные функции наилучшим способом.

10. Конкуренция между городами возникает по поводу:
а) привлечения квалифицированных кадров;
б) привлечения капиталов;
в) привлечения капиталов и кадров;
г) продажи продукции, производимой на территории данных городов.

Тест № 3

1. В основе программно-целевого подхода лежит:
а) установление целей развития системы;
б) разработка различных вариантов ее достижения;
в) отбор наиболее эффективных вариантов и формирование на их основе целевых программ.

2. Определите правильную последовательность проведения экспертизы при формировании качественных целей организации:
а) построение «дерева целей»;
б) формирование качественных целей;
в) оценка (ранжирование) качественных целей;
г) определение количественных целей.

3. Целевое управление предполагает:
а) разработку долгосрочных целей;
б) разработку краткосрочных целей;
в) разработку регламентирующей документации.

4. Какие стратегические направления наиболее характерны для российских предприятий?
а) стратегия роста;
б) интеграция;
в) диверсификация;

г) интеграция;
д) комбинированная стратегия.

5. Какие из перечисленных факторов наиболее существенны при оценке стратегии?
а) достаточность ресурсов для реализации стратегии;
б) учет внешних опасностей и возможностей;
в) совместимость стратегий с возможностями организации, использование стратегии допустимого риска;
г) все перечисленное.

6. Какие ошибки наиболее часто повторяется при реализации новой стратегии?
а) отсутствие необходимых ресурсов;
б) неспособность и отсутствие желания осуществлять стратегическое планирование;
в) плохое знание внешнего рынка;
г) новая стратегия автоматически налагается на старую структуру.

7. Что позволяет получить использование концепции стратегических хозяйственных подразделений?
а) реализовать систему стратегического управления в долгосрочной перспективе, освободить высшее руководство от рутинной работы;
б) повысить самостоятельность подразделений, повысить конкурентоспособность фирмы, оперативность принимаемых решений;
в) создать организационную структуру, адекватно реагирующую на внешние изменения;
г) все перечисленное.

8. Какая комбинация сочетания параметров предприятия (отрасль, организация, продукт и рыночная привлекательность) связана с проведением стратегии организационной перестройки?
а) отрасль;
б) организация;
в) продукт;
г) рыночная привлекательность;
д) рыночная привлекательность + продукт;
е) рыночная привлекательность + продукт + организация;
ж) рыночная привлекательность + продукт + организация + отрасль.

9. Какая комбинация сочетания параметров предприятия (отрасль, организация, продукт и рыночная привлекательность) связана с проведением стратегии обычных изменений?
а) отрасль;
б) организация;
в) продукт;
г) рыночная привлекательность;
д) рыночная привлекательность + продукт;
е) рыночная привлекательность + продукт + организация;
ж) рыночная привлекательность + продукт + организация + отрасль.

10. При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее:
а) административный, жесткий стиль управления;
б) демократический стиль управления;
в) комбинация стилей в зависимости от важности и сущности стратегических изменений;

Раздел 3
Тест № 1

1. В каком соотношении находятся стратегическое планирование и стратегический менеджмент?
   а) стратегический менеджмент — составная часть стратегического планирования в организации;
   б) стратегическое планирование — элемент стратегического менеджмента;
   в) стратегический менеджмент и стратегическое планирование объединяются в стратегическом маркетинге;
   г) стратегический менеджмент — это разработка стратегического плана и управление стратегическими изменениями;
   д) эти понятия означают на практике один и тот же процесс.
2. Ключевыми компонентами стратегического планирования являются:
   а) цели планирования;
   б) разработка этапов планирования;
   в) структура управления.

3. Процесс стратегического планирования включает:
   а) выбор стратегии;
   б) изучение рынка;
   в) формулировку целей и задач;
   г) определение уровней иерархии;
   д) оценку возможностей и альтернативных вариантов;
   е) мотивацию;
   ж) реализацию плана.

4. На этапе долгосрочного планирования вырабатывается:
   а) стратегия работы отдельного исполнителя;
   б) стратегия работы отдельного подразделения;
   в) стратегия фирмы по всем ее направлениям.

5. Тактические планы разрабатываются:
   а) на один день;
   б) на один год;
   в) на пять лет.

6. Чем отличается тактический план от операционного?
   а) тактический план шире операционного, позволяет осуществить стратегические цели;
   б) тактические планы разрабатываются для реализации стратегических планов, но с учетом конкретных условий сегодняшнего дня, а операционные определяют последовательность и механизмы осуществления отдельных действий;
   в) операционные и тактические планы — это одно и то же;
   г) операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические — достигать отдельных тактических целей.

7. Выделите характерные черты стратегического планирования?
   а) содержит совокупность глобальных идей развития фирмы;
   б) устремлен на краткосрочную перспективу;
   в) служит основой для любого другого вида планирования;
   г) предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период;
   д) не обуславливает изучение внешней и внутренней среды хозяйствования.

8. Что является результатом системы стратегического планирования?
а) определение миссии целей, выбор стратегий, распределений ресурсов для будущих программ;
б) определение планов маркетинга, производства, бизнес-план;
в) определение финансового плана, стратегий сбыта;
г) определение финансового плана и плана закупок.

9. Какое из приведенных ниже утверждений верно?
а) составление стратегического плана — это функция руководства;
б) составление стратегического плана — это дело внешних консультантов по стратегическому планированию;
в) составление стратегического плана — это функция планового отдела;
г) составление стратегического плана — это процесс, в котором обязательно должны участвовать люди, которые будут впоследствии его выполнять.

10. Укажите, в какой последовательности должны отражаться этапы процесса стратегического планирования?
а) концепция общей стратегии;
б) планирование;
в) цели предприятия;
г) стратегический анализ;
д) миссия предприятия.

Тест №2

1. Какие стратегии образуют «стратегическую пирамиду» крупной диверсификационной компании?
а) корпоративная стратегия;
б) стратегия горизонтальной интеграции;
в) функциональная стратегия;
г) стратегия фокусирования;
д) деловая стратегия;
е) операционная стратегия.

2. В «стратегическую пирамиду» одноотраслевого предприятия входят:
а) корпоративная стратегия;
б) деловая стратегия;
в) функциональные стратегии;
г) операционные стратегии.

3. Содержание портфельной стратегии включает:
а) расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных деятельностей;
б) использование технологий по принципу «двойного назначения»;
в) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации;
г) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы — материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.

4. Если преобладает ценовая конкуренция, более эффективной будет?
а) стратегия лидерства по издержкам;
б) стратегия дифференциации продукции;
в) стратегия инноваций;

г) стратегия дифференциации сервис.

5. К факторам, формирующим стратегию, относятся:
а) социальные, политические, гражданские и регулирующие нормы;
б) ориентация коллектива предприятия на стратегию;
в) привлекательность продукции, отрасли;
г) конкурентоспособность фирмы;
д) корпоративная культура.

6. Виды корпоративной стратегии диверсификации включают:
а) поглощение;
б) диверсификацию в родственные отрасли;
в) диверсификацию в неродственные отрасли;
г) стратегию свертывания и ликвидации;
д) стратегию приватизации;
е) стратегию многонациональной диверсификации;
ж) стратегию реструктурирования, восстановления и экономии.

7. К какой группе стратегии относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию?
а) концентрированного роста;
б) интегрированного роста;
в) диверсификации;
г) сокращения.

8. 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?
а) стратегию развития рынка;
б) стратегию развития продукта;
в) стратегию проникновения на рынок.

9. Какая стратегия наиболее привлекательна для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли?
а) концентрированного роста;
б) интегрированного роста;
в) диверсификации;
г) сокращения.

10. Какая из перечисленных стратегий развития предполагает отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе?
а) стратегия развития продукта;
б) стратегия обратной вертикальной интеграции;
в) стратегия «сбора урожая»;
г) стратегия конгломератной диверсификации;
д) стратегия сокращения расходов.

Тест № 3
1. Реализация стратегии предусматривает:

а) активизацию менеджеров всех уровней;
б) выделение средств на реализацию стратегии;
в) введение передового опыта и достижений науки в процессе реализации стратегии;
г) стимулирование выполнения стратегического замысла;
д) формирование корпоративной культуры;
е) периодическую отчетность о выполнении стратегии;
ж) все выше перечисленные.

2. Основные условия выполнения стратегии — это:
а) формирование квалификационных и перспективных кадров;
б) подбор и эффективное использование персонала;
в) усиление конкурентных преимуществ фирмы;
г) приведение организационной структуры в соответствие со стратегией развития фирмы;
д) повышение роли первого руководителя фирмы.

3. Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:
а) неправильной последовательности действий при их проведении;
б) консервативности людей;
в) воздействия внешних обстоятельств;
г) недостатка ресурсов для осуществления изменений.

4. Какие из перечисленных факторов определяют выбор той или иной организационной структуры?
а) степень разнообразия деятельности фирмы;
б) размер фирмы;
в) географическое размещение фирмы;
г) технология фирмы;
д) отношение со стороны руководителей и сотрудников;
е) динамизм внешней среды;
ж) все перечисленные факторы.

5. Ключевая роль в проведении стратегических изменений и мобилизации потенциала организации принадлежит:
а) руководству организации;
б) непосредственным исполнителям;
в) руководителям среднего звена и непосредственным исполнителям;
г) научным и инженерно-техническим сотрудникам;
д) в равной степени всем работникам организации.

6. Определяющим фактором эффективности стратегического менеджмента является:
а) система мотивации персонала;
б) технология менеджмента;
в) реализация совокупности функций.

7. Бенчмаркинг можно использовать в работе организаций:
а) коммерческих;
б) государственных;
в) общественных;
г) всех типов.
8. В чем состоит основная цель бюджета организации?
а) определить необходимые ресурсы, их количество и направления использования;

б) определить необходимые ресурсы и их количество;
в) определить источники поступления финансов;
г) определить необходимые ресурсы и распределить их по целям.

9. Каким характеристикам удовлетворяет стратегия, которая в настоящее время реализуется в вашей организации?
а) ментальная правильность;
б) ситуациональность;
в) уникальность;
г) будущая неопределенность;
д) гибкая адекватность.

10. Интегрированный рост организации предполагает:
а) развитие продукта (его совершенствование или создание нового);
б) реализацию технологически новой продукции на существующем рынке;
в) реализацию технологически новой продукции на новых рынках;
г) получение в собственность и установление контроля за поставщиками, либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами.

4.5. Технические средства контроля
Раздел 1.
Вариант 1

Задание 1. Известный специалист в области стратегического менеджмента И. Ансофф утверждает, что «стратегия — понятие трудноуловимое и несколько абстрактное. Ее выработка обычно не приносит фирме никакой непосредственной пользы. Кроме того, она дорого обходится как по денежным расходам, так и по затратам времени управляющих». Почему же тогда предприятия занимаются разработкой стратегии?

Задание 2. Обоснуйте, какой образ действий при решении стратегических задач в наибольшей степени свойственен руководителям российских предприятий?

Вариант 2

Задание 1. Основная продукция предприятия выпускается 10 лет, но спрос остается стабильным и оснований тревожиться нет. Следует ли полностью переходить к выпуску новой модели, которая уже прошла испытания и готова к запуску в серию?

Задание 2. Фирма, действующая в отрасли, где кроме нее имеются другие крупные компании, планирует купить на аукционе предприятие, выпускающее 10% продукции отрасли. Остальные три компании добиваются того же. Какова должна быть стратегия по отношению к конкурентам? Какие ситуационные решения следует предусмотреть? В какой момент приводить их в действие?

Вариант 3

Задание 1. Чтобы победить в конкуренции, фирма разработала новую стратегию. Может ли она реализовывать ее, ориентируясь только на существующий потенциал?

Задание 2. Местная фирма производит шины для автомобилей. Выход иностранной компании на рынок изменяет условия конкуренции. Иностранная фирма обладает определенным опытом и ресурсами, привносит новые элементы в конкуренцию. Что делать местной фирме в этой ситуации? Какой подход применителен?

Раздел 2.

Вариант 1

Задание 1. На примере функционирования сельскохозяйственного предприятия (по данным производственной практики) определите возможности и угрозы внешней среды, сильные и слабые стороны организации.

Задание 2. Приведите примеры отраслей, в которых барьерами входа в отрасль для новых организаций могут являться:

- крупные капиталовложения;
- низкая себестоимость производства;
- высокая квалификация персонала.

Какие ключевые факторы успеха существуют в отраслях, производящих:

- одежду;
- деревообрабатывающие станки;
- автомобили.

Вариант 2

Задание 1. Вы должны провести стратегический анализ предприятия. Составьте перечень вопросов для руководителей и основных специалистов предприятия, ответы на которые позволят вам установить истинное положение дел на предприятии.

Задание 2. Назовите причины, которые сдерживают или затрудняют проведение комплексного анализа внутренней среды на российских предприятиях.

Вариант 3

Задание 1. Для привлечения новых групп потребителей компания решила производить более надежное, чем у конкурентов, оборудование для животноводческих помещений. Потребовалось внедрение новых технологий. Сформулируйте миссию данной компании.

Задание 2. На основе требований к миссии организации проанализируйте достоинства и недостатки формулировок миссий и стратегического видения ниже следующих известных фирм. Как в них отражаются удовлетворенные потребности, целевой рынок и способы удовлетворения потребностей?

«Макдоналдс» - «Быстрое обслуживание клиентов ограниченным набором горячей вкусной пищи в чистых и уютных ресторанчиках по приемлемой цене по всему миру».

«Полароид» - «Совершенствование и развитие рынка мгновенных фотографий для удовлетворения растущей потребности американских и европейских семей запечатлеть на фотографии лица родных и друзей, дорогие сердцу места и смешные мгновения жизни».

«Форд» (начало XX века) - «Предоставление людям дешевого транспорта».

«Кодак» - «Стать мировым лидером в химическом и электронном изображении».

Задание 3. Определите, какие из перечисленных целей являются стратегическими, а какие финансовыми. Соответствуют ли эти цели требованиям, предъявляемым к формулировке целей?

1. Увеличить долю фирмы на рынке с 5% до 10% в течение трех лет.
2. Обеспечить рост выручки на 5%.
3. Обеспечить повышение качества продукции в течение года.
4. Повысить репутацию фирмы среди клиентов.
5. Повысить конкурентоспособность фирмы.
6. Добиться 100%-ного уровня удовлетворения запросов клиентов.
7. Расширить номенклатуру продукции.
8. Добиться лидерства в области технологий и инноваций.
9. Снизить издержки по сравнению с основными конкурентами.
10. Увеличить прибыль на вложенный капитал.

Раздел 3

Вариант 1

Задание 1. Стратегия фирмы направлена на создание товара, который обладает большей пользой для потребителя по сравнению с аналогичными товарами конкурентов. Определите тип конкурентной стратегии фирмы. Приведите примеры использования данной стратегии.

Задание 2.Стратегия фирмы направлена на удовлетворение нужд потребителей за счет предоставления им большей гаммы товаров по ценам более низким, чем на аналогичную продукцию конкурентов. Определите тип конкурентной стратегии фирмы.

Задание 3.По мнению М. Портера, перед началом проведения диверсификации необходимо осуществить три теста.

Тест на привлекательность. Отрасли, выбранные для диверсификации, должны иметь либо привлекательную структуру, либо потенциал для того, чтобы стать привлекательными.

Тест на стоимость вхождения в новую отрасль. Золотым правилом в данном случае является то, что издержки вхождения в новую отрасль должны быть оправданы будущими доходами.

Тест на дополнительные выгоды. Корпорация должна дать своему новому подразделению какие-то значительные конкурентные преимущества, либо само подразделение должно предложить возможности для повышения конкурентоспособности всей корпорации в целом.

При каких результатах тестирования можно проводить диверсификацию?

Вариант 2

Задание 1. Фирма реализует стратегию, которая в отличие от стратегий дифференциации и лидерства по издержкам ориентирована на узкую часть рынка. Целевой сегмент был определен исходя из географической уникальности, цель - выполнение работы по обслуживанию покупателей целевого сегмента. Определите тип используемой конкурентной стратегии. Приведите примеры использования данной стратегии.

Задание 2. Фирма не сумела направить свою стратегию ни по одному из трех путей: лидерство в снижении издержек; дифференциация; фокусирование. В результате этого она оказалась в сложном стратегическом положении. Ее доля на рынке недостаточна, она испытывает недостаток инвестиций, у нее низкая норма прибыли. Объясните причины неблагополучного положения фирмы.

Задание 3. Большой резонанс вызвало «увольнение клиентов», в июне 2007 года американским сотовым оператором Sprint - Nextel, который расторг контракты с 1200 абонентами, которые слишком часто звонили в службу поддержки. Определите положительные и отрицательные стороны этого решения с точки зрения различных стратегических альтернатив.

Вариант 3

Задание 1. В хозяйственный портфель компании входит набор хозяйственных подразделений, включающий по нескольку «звезд», «вопросительных знаков», «дойных коров» и «собак». Определите стратегические возможности компании в отношении каждого из четырех типов СЕБ.

Задание 2. Одному из направлений деятельности фирмы соответствует бизнес-область, которая в прошлом получила относительно большую долю рынка. Однако со временем рост заметно замедлился. Данное направление — «звезда» в прошлом — в настоящее время обеспечивает фирме достаточную прибыль для того, чтобы удерживать на рынке свои конкурентные позиции. Определите, к какому типу относится данное направление деятельности, и дайте характеристику потока денежной наличности в бизнес - области.

4.6. Список экзаменационных вопросов

№ вопроса	Формулировка вопроса	Коды индикаторов достижения компетенций
1.	Предпосылки развития стратегического управления.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
2.	Этапы развития корпоративного планирования.	
3.	Сильные стороны и ограниченность бюджетно-финансовых методов планирования.	
4.	Основные отличия стратегических решений от других типов решений.	
5.	Сущность стратегического менеджмента и особенности стратегических решений.	
6.	Основные образы действий при формулировке стратегии, определяемые личностью и системой ценностей высшего руководства.	
7.	Основные стадии структурного развития, определённые Альфредом Чандлером.	
8.	Стратегическая единица бизнеса и портфель предприятия.	
9.	Сущность «оболочечной» фирмы. Сильные и слабые стороны «оболочечных» фирм.	
10.	Три уровня стратегических решений фирм с дивизиональной структурой.	
11.	Основные этапы стратегического менеджмента.	
12.	Миссия и цели предприятия.	
13.	Основные составляющие внешней среды и методы реагирования на её изменения.	
14.	Сущность и назначение SWOT-анализа.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
15.	Типы внешней среды и цели её анализа.	
16.	Основные показатели анализа отрасли.	
17.	Стратегические группы конкурентов.	
18.	Сущность проведения анализа потребителей.	
19.	Цели, и методологические принципы управленческого анализа.	
20.	Методы, применяемые в управленческом анализе.	
21.	Типы проблем, выделяемые на предприятиях. Различия между слабыми сторонами деятельности предприятия и его проблемами.	
22.	Основные подходы к проведению управленческого анализа.	

23.	Конкурентные преимущества предприятия.	
24.	Подходы к определению структуры управленческого анализа.	
25.	Проблемы управленческого анализа, его место в разработке стратегии предприятия.	
26.	Цели и основные этапы портфельного анализа.	
27.	Основные стратегии портфельной матрицы Бостонской консультационной группы.	
28.	Основные стратегии модифицированной матрицы Бостонской консультационной группы.	
29.	Основные стратегии матрицы McKincey – General Electric.	
30.	Основные стратегии матрицы фирмы Arthur D. Little (ADL/LC).	
31.	Основные стратегии матрицы Ансоффа.	
32.	Основные стратегии трёхмерной схемы Абеля.	
33.	Деловой комплексный анализ.	
34.	Сходство и различия портфельных матриц разных консультационных фирм.	
35.	Модель жизненного цикла отрасли. Стратегия инновационных предприятий.	
36.	Стратегия предприятий зрелых отраслей	
37.	Отрасли, переживающие спад.	
38.	Глобальная стратегия и глобальный рынок.	
39.	Этапы в развитии методов стратегической работы на уровне предприятий в России.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
40.	Этапы формирования стратегии предприятия.	
41.	Теоретические основы диверсификации деятельности организаций	
42.	Основные подходы к социальной ответственности предприятия	
43.	Разработка стратегии предприятия по отношению к обществу	
44.	Типы конкурентных стратегий.	
45.	Взаимодействие предприятия и общества. Основные подходы к социальной ответственности предприятия.	
46.	Понятие и сущность стратегического планирования. Процесс и этапы стратегического планирования. Стратегический план.	
47.	Оценка и контроль реализации стратегии.	

48.	Приростный и предпринимательский стили поведения предприятия.	ПК-2.3; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
49.	Стратегический менеджмент и оперативное управление.	
50.	Понятие и элементы стратегического потенциала предприятия.	
51.	Стратегическая позиция предприятия и факторы ее определяющие.	
52.	Анализ профиля возможностей предприятия.	
53.	Определение и характеристика стратегических позиций предприятия на рынке.	
54.	Стратегические целевые установки, анализ и выбор стратегических позиций	

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5. 1. Основная литература

№ п\п	Авторы	Наименование	Год и место издания	Исполь-зуется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
						В библиотеке	На кафедре
1.	Петров, А.Н.	Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров и специалистов / под ред. А.Н. Петрова. - 3-е изд. - 400 с.: (Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения). - Рек. УМО вузов России по образованию	СПб.: Питер, 2012.	1-3	6(8)	10	-
2.	Фомичев, А.Н.	Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. - 468 с.: [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068	Москва: ИТК«Дашков и К°», 2018.	1-3	6(8)	+	+
3.	Под ред. П.А. Михненко	Стратегический менеджмент: учебник: / П.А. Михненко, Т.А. Волкова, А.Л. Дрондин, А.В. Вегера; – 305 с.: ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455434	Москва: Университет Синергия, 2017.	1-3	6(8)	+	+
4.	Кузык, Б.Н.	Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: учебник / Б. Н. Кузык, В. И. Кушлин, Ю. В. Яковец. - 4-е изд., перераб. и доп. - 604 с. - Библиогр.: с.537-540.	М.: Экономика, 2011.	1-3	6(8)	5	-
5.	Под ред. П.А. Михненко.	Стратегический менеджмент: учебник: / П.А. Михненко, Т.А. Волкова, А.Л. Дрондин, А.В. Вегера; – 305 с.: ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45543	Москва: Университет Синергия, 2017	1-3	6(8)	+	+

5.2. Дополнительная литература

№ п\п	Авторы	Наименование	Год и место издания	Использ-уется при изучении разделов	Се-местр	Количество экземпляров	
						В библио-теке	На ка-федре
1	2	3	4	5	6	7	8
1.		Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года / М-во сельского хозяйства РФ. - 75 с. - Прил.: с.70-73.	М.: ФГБОНУ Росинформа-гротех,2015	3	6(8)	5	-
2.	Руденко, Л.Г.	Планирование и проектирование организаций: учебник / Л.Г. Руденко. - 240 с.: ил. - (Учебные издания для бакалавров). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453340	Москва: ИТК «Дашков и К°», 2016.	2-3	6(8)	+	+
3.	Котлер, Ф.	Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. - 3-е изд. - 480 с.: ил. - (Классический зарубежный учебник).	СПб.: Питер, 2012.	2-3	6(8)	8	-
4.	Багиев, Г.Л.	Маркетинг: учебник для бакалавров и специалистов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич; под общ. ред. Г.Л. Багиева. - 4-е изд., перераб. и доп. - 560 с. - (Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения). – Рек. М-вом образования и науки РФ.	СПб.: Питер, 2012.	1-3	6(8)	10	-
5.	Нечаев, В.И.	Организация инновационной деятельности в АПК: учебник / В. И. Нечаев [и др.]; под ред. В.И. Нечаева. - 296с.: ил. - (Учебники и учеб. пособия для студентов высш. учеб. заведений). - Доп. УМО по образованию.	Москва : КолосС, 2012.	3	6(8)	8	-

1	2	3	4	5	6	7	8
6.	Вайс, Е. С.	Планирование на предприятии (организации): учебное пособие / Е. С. Вайс [и др.]. - 5-е изд., стер. - 336 с. - (Бакалавриат). - Доп. УМО по образованию в области производственного менеджмента	М. : КНО-РУС, 2012.	3	6(8)	1	-
7.	Долгов, А.И.	Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко. – 4-е изд., стереотип. – 278 с. – (Экономика и управление). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145	Москва: Флинта, 2016.	1-3	6(8)	+	+
8.	Лужнова, Н.В.	Стратегическое маркетинговое управление: учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева; Оренбургский государственный университет. — 289 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2017.	1-3	6(8)	+	+

Периодические издания:

1. АПК: экономика и управление.
2. Международный сельскохозяйственный журнал.
3. Российский сельскохозяйственный журнал.
4. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий.
5. Экономика сельского хозяйства России.
6. Вестник аграрной науки Дона (http://ачгаа.рф/zhurnal-vestnik-dona
7. Техника и оборудование для села (https://rosinformagrotech.ru/data/tos
8. АгроСнабФорум (http://www.agroyug.ru/agro/
9. АгроЭкоИнфо (http://agroecoinfo.narod.ru/journal/
10. Журнал «Управление персоналом» - https://www.top-personal.ru/

5.3. Профессиональные базы данных, информационно-справочные, поисковые системы и другие Интернет-ресурсы

1. Министерство экономического развития Российской Федерации – http://www.economy.gov.ru
2. Министерство финансов Российской Федерации – https://minfin.gov.ru/
3. Высшая Школа Экономики (Национальный исследовательский университет) – http://www.hse.ru
4. Управленческий консалтинг – http://www.m-consult.narod.ru
5. Фонд экономических исследований «Новая экономика» – http://neweco.ru
6. Университетская библиотека онлайн. Электронно-библиотечная система – https://biblioclub.ru/
7. Издательство Лань. Электронно-библиотечная система – https://e.lanbook.com/
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – http://elibrary.ru
9. Центральная библиотека образовательных ресурсов Минобрнауки РФ – www.edulib.ru
10. Электронная информационная образовательная среда института https://ачии.рф/
11. http://www.garant.ru/ справочно-правовая система ГАРАНТ;
12. http://www.consultant.ru/ справочно-правовая система Консультант Плюс;
13. Информационно-справочный портал «Правительство Ростовской области» - https://www.donland.ru/
14. Федеральный образовательный портал ЭСМ «Экономика. Социология. Менеджмент» - https://library.bsu.edu.ru/library/e-lib/inet/news_detail.php?ID=220483
15. Специализированное научно-практическое издание: журнал «Менеджмент и бизнес-администрирование» – http://www.mba-journal.ru
16. Управление персоналом, Оценка, Аттестация, Кадровое делопроизводство - https://hr-portal.ru/
17. Журнал «Управление персоналом» - https://www.top-personal.ru/

Информационные технологии

Электронная информационная образовательная среда института обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. Предусмотрена возможность взаимодействия студентов и преподавателей посредством технологий по пересылке и получению электронных сообщений.

5.4 Программное обеспечение учебного процесса

LibreOffice;
Аскон Компас 14

5.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п\п	Вид самостоятельной работы	Авторы	Наименование	Год и место издания
1	Проработка лекций, учебной и методической литературы, сдаче экзамена	Петров, А.Н.	Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров и специалистов	СПб.: Питер, 2012.
		Фомичев, А.Н.	Стратегический менеджмент: учебник для вузов	Москва: ИТК«Дашков и К°», 2018.
		Шестопал, Ю. Т.	Стратегический менеджмент: учебное пособие	М.: КНОРУС, 2013.
		Под ред. П.А. Михненко.	Стратегический менеджмент: учебник:	Москва: Университет Синергия, 2017
2	Подготовка к практическим занятиям и сдаче экзамена	Фомичев, А.Н.	Стратегический менеджмент: учебник для вузов	Москва: ИТК«Дашков и К°», 2018.
		Руденко, Л.Г.	Планирование и проектирование организаций: учебник	Москва: ИТК «Дашков и К°», 2016.
		Нечаев, В.И.	Организация инновационной деятельности в АПК: учебник	Москва: КолосС, 2012.
		Долгов, А.И.	Стратегический менеджмент: учебное пособие	Москва: Флинта, 2016.
		Лужнова, Н.В.	Стратегическое маркетинговое управление: учебник	Оренбур : Оренбургский государственный университет, 2017.
3	Проработка материала для написания реферата, письменной работы	работа с Интернет-ресурсами	ОМЕГА – теория и практика маркетинга в России. Сайт посвящен вопросам маркетинга, брендинга, рекламы – http://brand100.narod.ru	
			Энциклопедия маркетинга. Содержит информацию как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера –www.marketing.spb.ru	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
2-378 Аудитория для лекционных, семинарских, практических занятий и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Комплект учебной мебели. Мультимедийное оборудование: проектор мультимедийный Acer P1203, проекционный экран рулонный настенный -1 шт., компьютер в сборе с монитором LG Flatron W2242S, клавиатурой и мышью. Доска меловая.Посадочных мест 54.
Читальный зал. Аудитория № 2-252 – 2 корпуса для самостоятельной работы. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	15 рабочих мест для самостоятельной работы, объединенные в локальную сеть с выходом в сеть Internet. Системный блок Core i3 3,06 Ггц , 2Gb, 250Gb HDD – 5 шт. Системный блок Celeron J3060 1,6 Ггц, 4 Gb, 128 Gb SSD - 10 шт. монитор Phillips 2205– 5 шт, монитор Samsung SyncMaster 923m - 10шт принтер Epson LX-1170 Посадочных мест 114
2-170б Электронный читальный зал для самостоятельной работы 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Системный блок С2,8Ггц, 1 GB, 80 GB HDD – 1 шт. Системный блок С2,8Ггц, 512 МБ, 80 GB HDD – 9 шт. Монитор Samsung 920NW – 10 шт. Коммутатор Dlink – 1 шт. Сканер EPSON – 1 шт. Посадочных мест 10 для самостоятельной работы, объединенных в локальную сеть с выходом в сеть Internet.
2-170а Отдел научно-технической и социально-гуманитарной литературы, МБА для самостоятельной работы. 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом №28/30.	Системный блок Core i3 540 3,06 Ггц , 2Gb, 250Gb HDD – 1шт. Системный блок С2,8Ггц , 512 Mb, 160Gb HDD – 1 шт., монитор Samsung 920NW– 1 шт, монитор Phillips 2205– 1 шт, принтер HP LJ 1150 МФУ Kyocera Taskalfa 180 Посадочных мест 2 для самостоятельной работы, объединенных в локальную сеть с выходом в сеть Internet
2-349а – II корпуса (Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) 347740, Ростовская обл., Зерноградский район, г. Зерноград, ул. Советская, дом № 28/30	Специализированная мебель и оборудование для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекции	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (основные понятия маркетинга, элементы комплекса маркетинга, стратегический маркетинг, планирование и контроль маркетинга, организация маркетинговой деятельности на предприятии).
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций и рекомендуемую литературу.