

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.14 Стратегический менеджмент

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) «Производственный менеджмент в АПК»

Квалификация выпускника бакалавр

Факультет экономический

Кафедра Управления и маркетинга в АПК

Разработчик(и) рабочей программы:

к. э. н., доцент

Т.В. Закшевская

Воронеж – 2024 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденным приказом Министра образования и науки Российской Федерации № 970 от 12 августа 2020 г.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры управления и маркетинга в АПК (протокол № 10 от 20.05.2024 г.)

Заведующий кафедрой _____  **Е.В. Закшевская**

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией экономического факультета (протокол № 9 от 21.05.2024 г.).

Председатель методической комиссии _____  **Брянцева Л.В.**

Рецензент рабочей программы: генеральный директор ООО «Девичкий Колос» Семилукского района Воронежской области Зубков В.В.

1. Общая характеристика дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся теоретические знания и практические навыки в области разработки и внедрения стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи изучения дисциплины:

- изучить основные понятия, концепции и модели стратегического менеджмента;
- изучить основные методы стратегического анализа микро- и макросреды организации, и её внутренней среды;
- изучить методы оценки конкурентоспособности организации;
- сформировать умения формулировать миссию организации и на её основе формировать иерархическую структуру целей и задач организации в краткосрочном и долгосрочном периодах;
- сформировать навыки разработки альтернативных приоритетных стратегий развития организации;
- изучить приёмы управления реализацией принятых стратегий развития, осуществление стратегического контроля и внесение стратегических изменений в действующие стратегии;
- изучить особенности стратегического менеджмента на предприятиях АПК.

1.3. Предмет дисциплины

Предметом изучения курса являются теоретические и методологические основы стратегического менеджмента, планирования и разработки стратегии предприятия в условиях неопределённости и непредсказуемости изменений во внешней среде.

1.4. Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина Б1.Б.14 «Стратегический менеджмент» входит в часть образовательной программы сформированную участниками образовательной программы 38.03.02 Менеджмент. Для освоения дисциплины необходимы знания по дисциплинам «Теория менеджмента», «Антикризисное управление в АПК», «Управление в АПК».

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция		Индикатор достижения компетенции	
Код	Название	Код	Содержание
ПК-1	Способен эффективно использовать методы управления сельскохозяйственным производством	310	функции стратегического управления, методы принятия стратегических решений;
		У10	использовать методы и инструменты стратегического управления;
		Н10	стратегическое управление развитием сельскохозяйственных производителей;
ПК-4	Способен оценивать внешнюю и внутреннюю среду функционирования сельскохозяйственных производителей	312	методы стратегического анализа внутренней и внешней среды организации
		У12	собирать и применять данные анализа внутренней и внешней среды организации в стратегическом менеджменте
		Н12	принятия стратегических управленческих решений на основании анализа внутренней и внешней среды организации

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

3.1. Очная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	5	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	5 / 180	5 / 180
Общая контактная работа, ч	61,25	61,25
Общая самостоятельная работа, ч	118,75	118,75
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	60,25	60,25
лекции	30	30,00
лабораторные	-	
в т.ч. практическая подготовка	-	
практические	28	28,00
в т.ч. практическая подготовка	4	4
индивидуальные консультации при выполнении курсового проекта	2,25	2,25
индивидуальные консультации при выполнении курсовой работы	-	
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	65,38	65,38
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	1,00	1,00
групповые консультации	0,50	0,50
курсовой проект	0,25	0,25
курсовая работа	-	
зачет	-	
зачет с оценкой	-	
экзамен	0,25	0,25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	53,38	53,38
выполнение курсового проекта	35,63	35,63
выполнение курсовой работы	-	
подготовка к зачету	-	
подготовка к зачету с оценкой	-	
подготовка к экзамену	17,75	17,75
Форма промежуточной аттестации	защита курсового проекта, экзамен	защита курсового проекта, экзамен

3.2. Очно-заочная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	6	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	5 / 180	5 / 180
Общая контактная работа, ч	41,25	41,25
Общая самостоятельная работа, ч	138,75	138,75
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	40,25	40,25
лекции	18	18,00
лабораторные	-	
в т.ч. практическая подготовка	-	
практические	20	20,00
в т.ч. практическая подготовка	2	2
индивидуальные консультации при выполнении курсового проекта	2,25	2,25
индивидуальные консультации при выполнении курсовой работы	-	
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	79,38	79,38
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	1,00	1,00
групповые консультации	0,50	0,50
курсовой проект	0,25	0,25
курсовая работа	-	
зачет	-	
зачет с оценкой	-	
экзамен	0,25	0,25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	59,38	59,38
выполнение курсового проекта	41,63	41,63
выполнение курсовой работы	-	
подготовка к зачету	-	
подготовка к зачету с оценкой	-	
подготовка к экзамену	17,75	17,75
Форма промежуточной аттестации	защита курсового проекта, экзамен	защита курсового проекта, экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Содержание дисциплины в разрезе разделов и подразделов.

РАЗДЕЛ 1. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ, СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

Предмет, методология и система изучения дисциплины «Стратегический менеджмент», необходимость ее изучения для менеджеров. Характеристика системного подхода в стратегическом управлении организацией. Основные понятия, методы и категории системы стратегического менеджмента организации. Содержание и анализ существующих концепций и проблем стратегического менеджмента.

РАЗДЕЛ 2. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ: ВИДЕНИЕ, МИССИЯ И ЦЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

Целеполагание в стратегическом менеджменте. Миссия организации: значение и технологии определения. Стратегические цели и методы их разработки. Классификация целей. Построение «дерева целей». Стратегические проблемы и их диагностика.

РАЗДЕЛ 3. ВНЕШНЯЯ И ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ

Внешняя среда организации. Макроокружение организации и ее компоненты: экономические, политические, правовые, социальные, технологические, природно-географические. Микроокружение организации и ее компоненты: поставщики, потребители, конкуренты, посредники, контактные аудитории. Мониторинг факторов макро и микросреды организации. Внутренняя среда организации и ее компоненты: кадры, система управления, технология производства, финансы, корпоративная культура и др.

РАЗДЕЛ 4. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ЕГО МЕТОДЫ

Стратегический анализ и его методы. SWOT-анализ. PEST-анализ. SNW- анализ. Портфельный анализ. Сценарный анализ. Сравнительный финансовый анализ.

РАЗДЕЛ 5. АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Оценка привлекательности бизнеса. Анализ общей ситуации и тенденций развития отрасли. Анализ конкурентной ситуации. Анализ ресурсного потенциала (внутренних возможностей). Оценка ресурсов и эффективности предприятия. Финансовый анализ деятельности предприятия. Сравнительный анализ.

РАЗДЕЛ 6. ЭТАЛОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Базовые стратегии развития предприятия. Стратегии концентрированного роста: стратегия усиления позиции на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта. Стратегии интегрированного роста: стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции. Стратегии диверсифицированного роста: стратегия конгломеративной диверсификации, стратегия центрированной диверсификации, стратегия горизонтальной диверсификации. Стратегии сокращения: стратегия ликвидации, стратегия «сбора урожая», стратегия сокращения, стратегия сокращения расходов.

РАЗДЕЛ 7. КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Конкурентные стратегии М. Портера: лидерство в минимизации издержек производства, стратегия дифференциации продукта, стратегия концентрации. Конкурентные стратегии Ф. Котлера: дифференциации на основе товара, дифференциации на основе имиджа и др.

РАЗДЕЛ 8. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ

Функциональные стратегии предприятия. Стратегия маркетинга. Финансовая стратегия. Стратегия инноваций. Стратегия производства. Стратегия организационных изменений.

РАЗДЕЛ 9. МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ВЫБОРА

Содержание, принципиальные особенности и сферы применения основных моделей стратегического выбора. Матрица возможностей И. Ансоффа. Конкурентные стратегии по М. Портеру. Модель стратегического выбора в зависимости от жизненного цикла продукта. Модели стратегического выбора на основе цикла развития предприятия.

РАЗДЕЛ 10. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ

Разработка и реализация стратегии: разработка внутренней организационной структуры, исходя из нужд стратегии, создание искусств и отличительных преимуществ, на которых базируется стратегия, выбор людей на ключевые позиции; разработка бюджета, обеспечивающего реализацию стратегии; создание внутренних административных обеспечивающих систем; разработка системы оплаты и поощрения; развитие корпоративной культуры применительно к стратегии; стиль стратегического руководства. Риски в стратегическом управлении. Методы управления рисками.

РАЗДЕЛ 11. МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Содержание, назначение и условия применения наиболее распространенных методов стратегического управления: управление посредством выбора стратегических позиций; управление на основе ранжирования стратегических задач; управление по слабым и сильным сигналам; управление в условиях стратегических неожиданностей; управление стратегическим набором; управление стратегическими задачами; управление в условиях спонтанных изменений. Сбалансированная система показателей.

РАЗДЕЛ 12. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ АПК

Особенности стратегического менеджмента в организациях АПК, обусловленные спецификой сельскохозяйственного производства: стратегические цели и задачи, специфика анализа отрасли, механизм разработки и реализации стратегии.

Практическая подготовка включает проведение практических занятий по дисциплине «Стратегический менеджмент» на профильных предприятиях (организациях) с использованием их материально-технической базы (ООО «Агротех-Гарант», ООО «ЭкоНива-АПК Холдинг») в объеме, указанном в таблицах 3.1. и 3.2.

Практическая подготовка осуществляется по следующим темам (разделам) дисциплины: Внешняя и внутренняя среда организации; Особенности стратегического менеджмента в организациях АПК.

4.2. Распределение контактной и самостоятельной работы при подготовке к занятиям по подразделам

4.2.1. Очная форма обучения

Раздел дисциплины	Контактная работа			СР
	Лекции	ЛЗ	ПЗ	
Раздел 1. Стратегический менеджмент: сущность, особенности, становление и развитие.	4	2		6
Раздел 2. Стратегические цели: видение, миссия, цели	2	2		6
Раздел 3. Внешняя и внутренняя среда организации	4	2		6
Раздел 4. Стратегический анализ и его методы	4	2		6
Раздел 5. Анализ внешней и внутренней среды организации	2	4		6
Раздел 6. Эталонные стратегии предприятия	2	2		6
Раздел 7. Конкурентные стратегии предприятия	2	2		6
Раздел 8. Функциональные стратегии	2	2		6
Раздел 9. Модели стратегического выбора	2	2		6
Раздел 10. Разработка и реализация стратегии	2	2		6
Раздел 11. Методы стратегического управления	2	2		3
Раздел 12. Особенности стратегического менеджмента в организациях АПК	2	2		2,38
Всего	30	28		65,38

4.2.1. Очно-заочная форма обучения

Раздел дисциплины	Контактная работа			СР
	Лекции	ЛЗ	ПЗ	
Раздел 1. Стратегический менеджмент: сущность, особенности, становление и развитие.	2	2		7
Раздел 2. Стратегические цели: видение, миссия, цели	1	1		7
Раздел 3. Внешняя и внутренняя среда организации	1	1		7
Раздел 4. Стратегический анализ и его методы	2	2		7
Раздел 5. Анализ внешней и внутренней среды организации	2	2		7
Раздел 6. Эталонные стратегии предприятия	2	2		7
Раздел 7. Конкурентные стратегии предприятия	2	2		7
Раздел 8. Функциональные стратегии	1	1		7
Раздел 9. Модели стратегического выбора	1	1		7
Раздел 10. Разработка и реализация стратегии	1	2		7
Раздел 11. Методы стратегического управления	2	2		5
Раздел 12. Особенности стратегического менеджмента в организациях АПК	1	2		4,38
Всего	18	20		79,38

4.3. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ те мы	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1.	1. Концепции стратегического менеджмента 2. Методы и категории системы стратегического менеджмента	Егоршин А.П. Стратегический менеджмент : учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. – 2-е изд., перераб. и доп.– М.: ИНФРА-М, 2018. – 290 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=952274 Минцберг Г. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстранд, Ж. Лампель – 2-е изд. – М.: Альпина Пабли., 2016. – 365 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=925066	6	7
2.	1. Стратегические цели и методы их разработки 2. Критерии оценки целей организации	Родионова В.Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В.Н. Родионова. – 3-е изд., испр. и перераб. – М.: РИОР : ИНФРА-М, 2017. – 106 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=774157 Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: Учебное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=352139	6	7
3.	1. Мониторинг факторов макро и микросреды организации. 2. Компоненты внутренней среды организации	Егоршин А.П. Стратегический менеджмент : учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. – 2-е изд., перераб. и доп.– М.: ИНФРА-М, 2018. – 290 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=952274	6	7

4.	<p>1. Инструмент стратегического анализа 2. Сценарный анализ 3. Портфельный анализ</p>	<p>Антонов Г.Д. Стратегическое управление организацией: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 239 с. Электронный ресурс Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=452653 Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: Учебное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с. Электронный ресурс Режим доступа:</p>	6	7
5.	<p>1. Методы анализа внешней среды 2. Оценка конкурентной среды организации 3. Анализ издержек 4. Финансовый анализ деятельности предприятия</p>	<p>Егоршин А.П. Стратегический менеджмент : учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. – 2-е изд., перераб. и доп.– М.: ИНФРА-М, 2018. – 290 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=952274 Родионова В.Н. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / В.Н. Родионова. – 3-е изд., испр. и перераб. – М.: РИОР : ИНФРА-М, 2017. – 106 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=774157</p>	6	7
6.	<p>Виды эталонных стратегий предприятий</p>	<p>Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.ДЖ. Стрикленд. пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. – 576 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=1028918</p>	6	7
7.	<p>1. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества 2. Виды конкурентных стратегий</p>	<p>Родионова В.Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В.Н. Родионова. – 3-е изд., испр. и перераб. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. – 106 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=774157 Антонов Г.Д. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий : учеб. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 347 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=1028918</p>	6	7

8.	1. Маркетинговые стратегии 2. Инновационные стратегии 3. Инвестиционные стратегии 4. Антикризисные стратегии	Антонов Г.Д. Стратегическое управление организацией: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 239 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=452653 Родионова В.Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В.Н. Родионова. – 3-е изд., испр. и перераб. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. – 106 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=774157	6	7
9.	1. Матрица БКГ 2. Матрица Ансоффа 3. Матрица McKinsey – General Electric	Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: Учебное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с. Электронный ресурс Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=352139	6	7
10.	1. Этапы разработки стратегии 2. Стратегические изменения 3. Оценка эффективности стратегии 4. Типы рисков 5. Оценка рисков 6. Методы управления рисками	Егоршин А.П. Стратегический менеджмент : учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. – 2-е изд., перераб. и доп.– М. : ИНФРА-М, 2018. – 290 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=952274 Лапыгин Д.Ю. Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании / Д.Ю. Лапыгин, Ю.Н. Лапыгин - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 332 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=567394 Антонов Г.Д. Управление рисками организации: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 153 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=1006760	6	7

11.	1. Методы стратегического управления снабжением 2. Методы стратегического управления сбытом	Антонов Г.Д. Управление снабжением и сбытом организации: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин, А.В. Бодренков. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 288 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=1003251	3	5
12.	Особенности стратегического менеджмента в организациях АПК	Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: Учебное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с. Электронный ресурс Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=352139	2,38	4,38
Всего			65,38	79,38

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля

5.1. Этапы формирования компетенций

Раздел дисциплины	Компетенция	Индикатор достижения компетенции
Раздел 1. Стратегический менеджмент: сущность, особенности, становление и развитие.	ПК-1	310 У10 Н10
Раздел 2. Стратегические цели: видение, миссия, цели	ПК-1	310 У10 Н10
Раздел 3. Внешняя и внутренняя среда организации	ПК-4	312 У12 Н12
Раздел 4. Стратегический анализ и его методы	ПК-4	312 У12 Н12
Раздел 5. Анализ внешней и внутренней среды организации	ПК-4	312 У12 Н12
Раздел 6. Эталонные стратегии предприятия	ПК-1	310 У10 Н10
Раздел 7. Конкурентные стратегии предприятия	ПК-1	310 У10 Н10
Раздел 8. Функциональные стратегии	ПК-1	310 У10 Н10
Раздел 9. Модели стратегического выбора	ПК-1	310

		У10 Н10
Раздел 10. Разработка и реализация стратегии	ПК-1	310 У10 Н10
Раздел 11. Методы стратегического управления	ПК-1	310 У10 Н10
Раздел 12. . Особенности стратегического менеджмента в организациях АПК	ПК-4	312 У12 Н12
Всего		

5.2. Шкалы и критерии оценивания достижения компетенций

5.2.1. Шкалы оценивания достижения компетенций

Вид оценки	Оценки			
Академическая оценка по 4-х балльной шкале	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

5.2.2. Критерии оценивания достижения компетенций

Критерии оценки на экзамене, зачете с оценкой

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Студент показал полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано ответил на все вопросы экзаменационного билета, а также на дополнительные вопросы, способен самостоятельно решать сложные задачи дисциплины
Хорошо, продвинутый	Студент твердо знает программный материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответе, достаточно полно ответил на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, способен самостоятельно решать стандартные задачи дисциплины
Удовлетворительно, пороговый	Студент показал знание только основ программного материала, усвоил его поверхностно, но не допускал грубых ошибок или неточностей, требует наводящих вопросов для правильного ответа, не ответил на дополнительные вопросы, способен решать стандартные задачи дисциплины с помощью преподавателя
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Студент не знает основ программного материала, допускает грубые ошибки в ответе, не способен решать стандартные задачи дисциплины даже с помощью преподавателя

Критерии оценки при защите курсового проекта (работы)

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Структура и содержание курсового проекта (работы) полностью соответствуют предъявляемым требованиям, в расчетах отсутствуют логические и алгоритмические ошибки, все выводы и предложения достоверны и аргументированы; студент показал полные и глубокие знания по изученной проблеме, логично и аргументировано ответил на все вопросы, связанные с защитой курсового проекта (работы)
Хорошо, продвинутый	Структура и содержание курсового проекта (работы) в целом соответствуют предъявляемым требованиям, в расчетах отсутствуют логические и алгоритмические ошибки, но отдельные выводы и предложения вызывают сомнение и не до конца аргументированы; студент твердо знает материал по теме исследования, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответах, достаточно полно отвечает на вопросы, связанные с защитой курсового проекта (работы)
Удовлетворительно, пороговый	Структура и содержание курсового проекта (работы) не полностью соответствуют предъявляемым требованиям, в расчетах допущены не грубые логические и алгоритмические ошибки, оказавшие несущественное влияние на результаты расчетов, отдельные выводы и предложения вызывают сомнение и не до конца аргументированы; студент показал знание только основ материала по теме исследования, усвоил его поверхностно, но не допускал при ответе на вопросы грубых ошибок или неточностей
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Структура и содержание курсового проекта (работы) не соответствуют предъявляемым требованиям; в расчетах допущены грубые логические или алгоритмические ошибки, повлиявшие на результаты расчетов и достоверность сделанных выводов и предложений; студент не знает основ материала по теме исследования, допускает при ответе на вопросы грубые ошибки и неточности

Критерии оценки тестов

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Содержание правильных ответов в тесте не менее 90%
Хорошо, продвинутый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 75%
Удовлетворительно, пороговый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 50%
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Содержание правильных ответов в тесте менее 50%

Критерии оценки устного опроса

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент демонстрирует уверенное знание материала, четко выражает свою точку зрения по рассматриваемому вопросу, приводя соответствующие примеры

Зачтено, продвинутый	Студент демонстрирует уверенное знание материала, но допускает отдельные погрешности в ответе
Зачтено, пороговый	Студент демонстрирует существенные пробелы в знаниях материала, допускает ошибки в ответах
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент демонстрирует незнание материала, допускает грубые ошибки в ответах

Критерии оценки решения задач

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Студент уверенно знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает ошибок при ее выполнении.
Зачтено, продвинутый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает грубых ошибок при ее выполнении.
Зачтено, пороговый	Студент в целом знает методику и алгоритм решения задачи, допускает ошибок при ее выполнении, но способен исправить их при помощи преподавателя.
Не зачтено, компетенция не освоена	Студент не знает методику и алгоритм решения задачи, допускает грубые ошибки при ее выполнении, не способен исправить их при помощи преподавателя.

5.3. Материалы для оценки достижения компетенций

5.3.1. Оценочные материалы промежуточной аттестации

5.3.1.1. Вопросы к экзамену

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1.	Понятие стратегического менеджмента и его основные особенности.	ПК-1	310
2.	Основные этапы становления стратегического менеджмента.	ПК-1	310
3.	Основные концепции стратегического менеджмента.	ПК-1	310
4.	Целеполагание в стратегическом менеджменте.	ПК-1	310
5.	Основные различия стратегического и оперативного управления.	ПК-1	310
6.	Стратегические цели и методы их разработки. Классификация целей.	ПК-1	310
7.	Миссия организации: значение и технологии определения.	ПК-1	310
8.	Макроокружение организации и его компоненты.	ПК-4	312
9.	Микроокружение организации и его компоненты.	ПК-4	312
10.	Структура и характеристики внутренней среды организации.	ПК-4	312
11.	Содержание и принципы проведения стратегического анализа среды предприятия.	ПК-4	312
12.	Анализ внешней среды организации.	ПК-4	312
13.	Разработка стратегического видения и миссии организации.	ПК-1	310
14.	Методика SWOT-анализа.	ПК-4	312
15.	Методика анализа факторов внешней среды: PEST – анализ.	ПК-4	312

16.	Эталонные стратегии предприятия.	ПК-1	310
17.	Стратегии концентрированного роста.	ПК-1	310
18.	Стратегии интегрированного роста.	ПК-1	310
19.	Стратегии диверсифицированного роста.	ПК-1	310
20.	Стратегии сокращения.	ПК-1	310
21.	Конкурентные преимущества предприятия как основа формирования конкурентной стратегии.	ПК-1	310
22.	Модель пяти сил конкуренции М. Портера.	ПК-1	310
23.	Конкурентные стратегии, базирующиеся на достижении конкурентных преимуществ.	ПК-1	310
24.	Конкурентные стратегии, основанные на доле рынка предприятия.	ПК-1	310
25.	Функциональные стратегии предприятия.	ПК-1	310
26.	Стратегия маркетинга.	ПК-1	310
27.	Финансовая стратегия.	ПК-1	310
28.	Стратегия инноваций.	ПК-1	310
29.	Производственная стратегия предприятия.	ПК-1	310
30.	Стратегия управления персоналом.	ПК-1	310
31.	Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия.	ПК-1	310
32.	Методы анализа конкурентной позиции предприятия.	ПК-4	312
33.	Выбор стратегической альтернативы. Критерии выбора альтернативных стратегических решений.	ПК-1	310
34.	Роль корпоративной культуры в реализации стратегии.	ПК-1	310
35.	Стратегический план и его структура.	ПК-1	310
36.	Стратегические изменения. Сопrotивление стратегическим изменениям.	ПК-1	310
37.	Цели и основные этапы портфельного анализа.	ПК-1	310
38.	Методы стратегического управления.	ПК-1	310
39.	Управление посредством выбора стратегических позиций.	ПК-1	310
40.	Управление на основе ранжирования стратегических задач.	ПК-1	310
41.	Управление по слабым и сильным сигналам.	ПК-1	310
42.	Управление в условиях стратегических неожиданностей.	ПК-1	310
43.	Управление стратегическими задачами.	ПК-1	310
44.	Методы реагирования на изменения внешней среды.	ПК-1	310
45.	Ключевые факторы успеха и конкурентоспособность организации	ПК-1	310
46.	Основные этапы разработки стратегии предприятия.	ПК-1	310
47.	Стратегия лидерства по издержкам: сущность, особенности.	ПК-1	310
48.	Стратегии дифференциации. Виды дифференциации.	ПК-1	310
49.	Модели стратегического выбора.	ПК-1	310
50.	Особенности стратегического менеджмента в организациях АПК.	ПК-1	310

5.3.1.2. Задачи к экзамену

Задача 1.

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Организация «Синий лед» производит мороженное. В регионе на рынке мороженого представлены еще 2 компании-конкурента.	ПК-5	Н.2

	<p>Уже не один год в летний сезон организация стала испытывать нехватку производственных мощностей. Кроме того, согласно маркетинговым исследованиям, в перспективе ситуация будет повторяться. В итоге руководство приняло решение о приобретении и установке дополнительной производственной линии.</p> <p>Решение было принято только на основании данных о сбыте продукции и исследованиях маркетолога.</p> <p>Закупленное оборудование имело большие мощности. Однако следующий сезон выдался дождливым, спрос на мороженное упал. Мощности нового оборудования оказались не полностью загруженными. Ожидаемого роста рынка не произошло. В результате у организации снизились финансовые результаты.</p> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какая ошибка была допущена руководством организации? 2. Какие действия менеджмента в данной ситуации могли быть более эффективными? 3. Если бы рынок сбыта вырос, увеличились бы финансовые результаты организации? 																										
2	<p>Стратегия организации в значительной степени определяется целями, которые ставят ее собственники при создании организации и в процессе ее деятельности.</p> <p>Например, цель, может формулироваться как «получение стабильного дохода при невысоком уровне рисков» или «занять ведущее место на региональном рынке» и др.</p> <p>Сформулируйте возможные цели собственников промышленного предприятия в современных российских условиях и рассмотрите их влияние на формирование стратегии организации.</p>	ПК-4	У.2																								
3	<p>Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ) – инструмент для стратегического анализа и планирования.</p> <p>На матрице по осям отображаются темп роста рынка (вертикальная ось) и доля рынка (горизонтальная ось) относительно конкурента. Сочетание оценок этих двух показателей даёт возможность классифицировать товар, выделив четыре возможные роли товара для производящей или продающей его компании.</p> <p>Постройте матрицу БКГ исходя из приводимых ниже исходных данных:</p> <table border="1" data-bbox="320 1480 1257 1832"> <thead> <tr> <th>Краткое название продукта</th> <th>Продажи</th> <th>Продажи конкурента</th> <th>Темпы роста рынка</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Продукт 1</td> <td>800</td> <td>900</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Продукт 2</td> <td>300</td> <td>200</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Продукт 3</td> <td>100</td> <td>150</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Продукт 4</td> <td>1000</td> <td>700</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Продукт 5</td> <td>500</td> <td>400</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Краткое название продукта	Продажи	Продажи конкурента	Темпы роста рынка	Продукт 1	800	900	30%	Продукт 2	300	200	20%	Продукт 3	100	150	10%	Продукт 4	1000	700	10%	Продукт 5	500	400	5%	ПК-4	Н.2
Краткое название продукта	Продажи	Продажи конкурента	Темпы роста рынка																								
Продукт 1	800	900	30%																								
Продукт 2	300	200	20%																								
Продукт 3	100	150	10%																								
Продукт 4	1000	700	10%																								
Продукт 5	500	400	5%																								
4	<p>Для каждой ситуации, используя классификацию стратегий роста, определите какой тип стратегии реализует компания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Компания Эфко на базе своих лабораторий создает несколько центров прикладных исследований. 2. Компания Молвест, занимающаяся производством молока и молочных продуктов, активно расширяет свою деятельность в сель- 	ПК-4	У.2																								

	<p>скохозяйственном производстве.</p> <p>3. Крупное воронежское издательство приобретает сеть книжных магазинов.</p>		
5	<p>Для каждой ситуации определите тип конкурентной стратегии организации.</p> <p>1. Компания смогла завоевать сильные конкурентные позиции. Последовательность процессов при обработке говядины обычно включает доставку скота на сборные пункты – фермы; транспортировку на скотобойни; транспортировку неразделанных туш на специализированные предприятия, которые разделявают туши на мелкие части, фасуют их и отправляют для продажи в мелкие магазины. Компания построила автоматизированные предприятия, использующие рабочих, не состоящих в профсоюзе, в экономически оправданной близости от поставщиков скота. Мясо частично разделывалось на мелкие, удобные для фасовки куски (иногда они сразу упаковывались в пластик и были готовы к продаже), которые запаковывались в коробку и отправлялись в розничную сеть. Транспортные расходы были значительно снижены.</p> <p>2. Стратегия организации направлена на удовлетворение нужд потребителей за счет предоставления им большей гаммы товаров по ценам более низким, чем на аналогичную продукцию конкурентов.</p>	ПК-4	У.2
6	<p>Какие функциональные стратегии и их виды могут быть актуальны для следующих организаций:</p> <p>1) новая сеть магазинов бытовой техники пытается проникнуть на рынок, используя стратегию дифференциации персонала;</p> <p>2) производитель металлических труб пытается стать лидером на российском рынке металлопроката;</p> <p>3) научно-производственная компания «Фарм-био» приступила к производству не имеющей аналогов биологически активной добавки</p>	ПК-4	Н.2
7	<p>Для каждой ситуации определите тип стратегии фирмы:</p> <p>1. Фирма, продающая лаки для дерева, строит новый завод для производства компонентов, которые ранее закупались у поставщиков. При этом она остается в той же отрасли, что и раньше. Фирма теперь имеет два хозяйственных подразделения на разных стадиях отраслевой цепочки ценностей.</p> <p>2. Производитель конфет открыл 10 розничных магазинов, чтобы продавать продукцию непосредственно конечному потребителю. Расширение его сферы деятельности в цепочке ценностей не мешает ему оставаться в отрасли по производству конфет.</p> <p>3. Компания в своей стратегии в отношении конкретного бизнеса отказывается от долгосрочного взгляда на него в пользу максимизации доходов в краткосрочной перспективе. Необходимость такого подхода обусловлена бесперспективностью бизнеса, который не может быть прибыльно продан. Стратегия предполагает сокращение конкретного вида деятельности до нулевого уровня и получение максимально возможного дохода.</p> <p>4. В рамках корпоративной стратегии компания реализует стратегию, предполагающую продажу одних хозяйственных подразделений и выделение других в самостоятельные структурные единицы, от которых материнская компания либо отказывается вообще, либо сохраняет частичный контроль.</p>	ПК-5	У.2

	5. Фирма оказалась в ситуации, когда ей срочно необходимы денежные средства, и она идет на то, чтобы «продать» часть своей рыночной доли конкурентам. Это скорее вынужденная, а не выбираемая стратегия.		
8	Тяжелое положение, в котором находилась организация при передаче ее новому руководству, требовало от пришедшей команды управленцев решительных действий по изменению сложившейся ситуации. Поиск путей вывода организации из кризисного положения потребовал от нового руководства проведения детального анализа ситуации, при этом основной акцент был сделан на выявление потенциальных возможностей организации и определение номенклатуры товаров, пользующихся реальным спросом на рынке сбыта. Новая стратегия развития предполагала резкое повышение конкурентоспособности, а значит, реализуемости производимой продукции, что должно было стать основой экономического и технического оздоровления организации. Руководство поставило задачу разработки такого плана деятельности организации, который, с одной стороны, позволил бы реализовать новую стратегию развития организации, с другой – охватывал бы все стороны ее деятельности. 1. Какую стратегию выберет руководство организации? 2. Разработайте производственный план организации. 4. Сформулируйте сильные и слабые стороны организации.	ПК-5	Н.2
9	Проанализируйте и сформулируйте ключевые факторы успеха (КФУ) в следующих отраслях (сферах бизнеса): 1. производство сельскохозяйственной продукции; 2. производство пищевых продуктов; 3. продажа и предоставление в лизинг сельскохозяйственной техники; 4. ресторанный бизнес; 5. выращивание и реализация цветов.	ПК-1	У10 Н10
10	Структура рынка, на котором работает организация приближается к идеальным условиям совершенной конкуренции. То есть имеется высокий спрос на товар, который выпускает организация, большое число продавцов, отсутствие товаров-заменителей, одинаковая информационная обеспеченность товаропроизводителей. Какую конкурентную стратегию необходимо выбрать и почему?	ПК-4	У12 Н12

5.3.1.3. Вопросы к зачету с оценкой

Не предусмотрены.

5.3.1.4. Вопросы к зачету

Не предусмотрены.

5.3.1.5. Перечень тем курсовых проектов (работ)

№ п/п	Тема курсового проекта
1	Разработка стратегии развития предприятия
2	Разработка производственной стратегии предприятия
3	Разработка стратегии развития отрасли растениеводства
4	Разработка стратегии развития отрасли животноводства

5	Разработка конкурентной стратегии предприятия
6	Формирование конкурентных преимуществ предприятия
7	Разработка маркетинговой стратегии предприятия
8	Разработка товарной стратегии предприятия
9	Разработка антикризисной стратегии предприятия

5.3.1.6. Вопросы к защите курсовой работы

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	В чем сущность понятия «стратегия как объект менеджмента»?	ПК-1	310
2	Каковы основные этапы модели действий, необходимых для достижения целей фирмы?	ПК-1	310
3	Каковы основные правила для принятия решений?	ПК-1	310
4	Насколько важна секретность стратегий? Кто должен знать данные стратегии?	ПК-1	310
5	Как вы можете охарактеризовать эволюцию стратегического мышления?	ПК-1	310
6	Перечислите внутренние политические и экономические тенденции и их влияние на развитие стратегии фирмы.	ПК-1	310
7	Выделите общее и отличие стратегического планирования и стратегического менеджмента.	ПК-1	310
8	Какие существуют пути к стратегическому преимуществу?	ПК-1	310
9	Какие примеры критических факторов успеха компании вы знаете?	ПК-1	310
10	Какие существуют стратегии, нацеленные на потребителя?	ПК-4	312
11	Какие существуют стратегии, нацеленные на корпорации?	ПК-4	312
12	Перечислите, какие существуют стратегии, нацеленные на конкурентов.	ПК-4	312
13	По каким критериям классифицируются стратегические цели организации.	ПК-1	310
14	Какие классификации стратегии предприятия существуют?	ПК-1	310
15	На какие этапы подразделяется процесс анализа внешней среды предприятия?	ПК-4	312
16	Какие задачи должны решаться на уровне корпоративной стратегии организации?	ПК-4	312
17	Каковы основные компоненты деловой стратегии организации?	ПК-1	310
18	Что определяет и какова роль функциональной стратегии организации?	ПК-1	310
19	К каким объектам управления относиться операционная стратегия организации?	ПК-1	310
20	Выделите региональные политические и экономические тенденции и их влияние на развитие стратегии.	ПК-4	312

5.3.2. Оценочные материалы текущего контроля

5.3.2.1. Вопросы тестов

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1.	Стратегический менеджмент – это: а) процесс принятия решений; б) наука об управлении сложными объектами; в) наука и технология стратегического управления; г) искусство.	ПК-1	310
2.	Стратегический менеджмент содержит следующие функции: а) планирование, организация, руководство и контроль; б) планирование, организация, координация, контроль, мотивация; в) социальное планирование, прогнозирование, координация, контроль и мотивацию.	ПК-1	310
3.	Высшим уровнем стратегического менеджмента является: а) деловой уровень; б) корпоративный уровень; в) функциональный уровень.:	ПК-1	310
4.	К принципам стратегического менеджмента относится: а) научность в сочетании с элементами искусства; б) целенаправленность; в) гибкость; г) все вышеперечисленное.	ПК-1	310
5.	Выделяют три группы объектов стратегического менеджмента: а) товарный ассортимент, товарная номенклатура, ассортиментная программа предприятия; б) анализ, планирование, контроль; в) предприятие, стратегическая единица бизнеса, функциональная зона предприятия; г) основное производство, вспомогательное производство, обслуживающее производство	ПК-1	310
6.	Термин «стратегическое управление» возник: а) в середине 1930-х годов; б) в начале XX в.; в) в 1970-е годы; г) в в1950-е годы.	ПК-1	310
7.	Решения по стратегическому управлению принимают: а) высшее руководство; б) менеджеры среднего звена; в) команда единомышленников.	ПК-1	310
8.	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.	ПК-1	310
9.	В число восьми ключевых пространств, в рамках которых предприятие определяет свои цели, П. Друкер включает:	ПК-1	310

	<ul style="list-style-type: none"> а) производительность; б) ресурсы; в) доходность (прибыльность); г) персонал; д) все вышеперечисленное 		
10.	<p>Цель предприятия – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 	ПК-1	310
11.	<p>По функциональным областям цели делятся на:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) производственные, организационные, инновационные, финансово-экономические; б) конечные и промежуточные; в) экономические и неэкономические; г) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные. 	ПК-1	310
12.	<p>SMART-анализ целей – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) анализ конкретности, актуальности, реалистичности, отслеживаемости целей; б) исследование целей на предмет качества; в) анализ уровня иерархичности целей; г) анализ отношения целей к планируемому периоду. 	ПК-4	312
13.	<p>К составляющим внешней среды относят:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) мегаокружение; б) микроокружение; в) миниокружение; г) внутреннее окружение. : 	ПК-1	310
14.	<p>К факторам прямого воздействия на организацию относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) технология производства, кадры, организационная структура, корпоративная культура; б) демографическая ситуация, природно-климатические условия, политические факторы, научно-технические факторы, социально-культурные факторы; в) поставщики, потребители, конкуренты, посредники, контактные аудитории; г) кадры, корпоративная культура, демографическая ситуация. 	ПК-4	312
15.	<p>Анализ микросреды предприятия включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) анализ внутренней среды предприятия; б) анализ научно-технических факторов; в) анализ потребителей; г) анализ политических факторов. 	ПК-4	312
16.	<p>Что является главной целью стратегического анализа внешней среды организации?</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 	ПК-4	312
17.	<p>К общенаучным методам стратегического анализа относятся методы:</p>	ПК-4	312

	а) SWOT; б) PEST; в) системного анализа; г) PIMS.		
18.	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.	ПК-4	312
19.	Анализ микросреды предприятия – это: а) анализ среды косвенного воздействия; б) анализ среды прямого воздействия; в) анализ срезов внутренней среды предприятия; г) анализ стратегического потенциала предприятия.	ПК-4	312
20.	К возможностям, представляемым предприятию внешней средой относятся: а) высокая стоимость продукции в сравнении с ключевыми конкурентами; б) увеличение доходов населения; в) появление новых конкурентов; г) гибкость производства и управления	ПК-4	312
21.	. SWOT-анализ является: а) методом конкурентного анализа; б) методом сопоставления профиля среды предприятия; в) комплексным методом совместного изучения внутренней и внешней среды предприятия; г) методом позиционирования возможностей на матрице возможностей.	ПК-4	312
22.	К сильным сторонам предприятия относятся: а) появление новых конкурентов; б) низкие издержки; в) увеличение доходов населения; г) отсутствие четко выраженной стратегии	ПК-4	312
23.	К слабым сторонам предприятия относятся: а) наличие опыта в разработке новых товаров; б) высокая стоимость продукции в сравнении с ключевыми конкурентами; в) увеличение доходов населения; г) наличие четко выраженной стратегии.	ПК-4	312
24.	На поле «силы и возможности» матрицы SWOT-анализа: а) стратегия должна быть направлена на преодоление сильных сторон предприятия за счет появившихся возможностей во внешней среде; б) следует разрабатывать стратегию по использованию сильных сторон предприятия для получения наивысшей отдачи от возможностей, которые появились во внешней среде; в) следует разработать стратегию новых возможностей предприятия за счет сильных сторон внешней среды.	ПК-4	312
25.	Какой из перечисленных ниже методов используется только для анализа макроокружения организации? а) SWOT;	ПК-4	312

	б) PEST; в) SNW; г) SMART.		
26.	PEST-анализ включает: а) анализ сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз внешней среды; б) анализ стратегического потенциала предприятия; в) анализ экономических, политико-правовых, социально-культурных, технологических факторов; г) анализ микросреды предприятия.	ПК-4	312
27.	Модель пяти сил М. Портера предназначена для: а) оценки финансового состояния организации; б) выработки стратегии; в) оценки ситуации в отрасли; г) решения организационных вопросов реализации стратегии.	ПК-4	312
28.	Товар-субститут по отношению к рассматриваемому товару является: а) противоположным по назначению; б) заменителем; в) сопутствующим	ПК-1	310
29.	По отношению к каким товарам сотовый телефон является товаром-субститутом? а) чехол; б) карта оплаты; в) часы; г) видеокамера.	ПК-1	310
30.	Анализ конкурентной силы «Угроза появления новых конкурентов» предусматривает: а) анализ отраслевых барьеров «входа-выхода» и источников возникновения новых фирм; б) анализ появления товаров заменителей; в) анализ интенсивности конкуренции на отраслевом рынке.	ПК-1	310
31.	Сильными сторонами организации могут быть: а) рост спроса на продукцию; б) широкий ассортимент продукции; в) неустойчивое финансовое положение; г) рост цен на энергоносители.	ПК-1	310
32.	К слабым сторонам организации относятся: а) высокая рентабельность; б) надежные деловые партнеры; в) неэффективная маркетинговая деятельность; г) банкротство поставщиков.	ПК-1	310
33.	Конкурентное преимущество предприятия может быть а) открытым и закрытым; б) внешним и внутренним; в) явным и скрытым	ПК-1	310
34.	По данным о себестоимости единицы продукции (С) и ее цене (Ц) для различных производителей определите лидера по издержкам: а) С=250 руб., Ц=270 руб.; б) С=270 руб., Ц=290 руб.; в) С=230 руб., Ц=270 руб.	ПК-1	310
35.	Стратегия роста предприятия за счет приобретения контроля над	ПК-1	310

	структурами, находящимися между ним и конечным потребителем продукции, называется: а) вперед идущей вертикальной интеграцией; б) обратной вертикальной интеграцией; в) квазиинтеграцией		
36.	Комбинированная стратегия развития представляет собой сочетание стратегий: а) интеграции и диверсификации; б) роста, ограниченного роста и сокращения масштабов; в) лидерства по издержкам, дифференциации и фокусирования:	ПК-1	310
37.	Стратегия, направленная на снижение себестоимости продукции при наращивании объемов ее производства, называется: а) стратегия последнего средства; б) «сбора урожая»; в) сокращения; г) лидерство по издержкам	ПК-1	310
38.	Стратегия, диверсификации, базирующаяся на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новых продуктов, которые заключены в существующем бизнесе, называется: а) конгломеративной; б) горизонтальной; в) концентрической; г) вертикальной.	ПК-1	310
39.	Главная стратегия организации называется: а) специфической; б) ключевой; в) генеральной; г) функциональной.	ПК-1	310
40.	Уровнями стратегии являются: а) стратегия развития, функциональная стратегия, операционная стратегия; б) корпоративная стратегия, бизнес-стратегия, функциональная стратегия; в) корпоративная стратегия, организационная стратегия, производственная стратегия.	ПК-1	310
41.	Стратегия, направленная на достижение уникальности в каком-либо аспекте, который ценится потребителем, называется: а) диверсификация; б) дифференциация; в) сегментация; г) интеграция.	ПК-1	310
42.	Конкурентная стратегия «дифференциации» базируется на: а) конкурентных преимуществах низкого порядка; б) конкурентных преимуществах высокого порядка; в) конкурентных преимуществах низкого порядка и высокого порядка.	ПК-1	310
43.	Реализация конкурентной стратегии «дифференциации» эффективна при следующих рыночных условиях: а) спрос на товар высокоэластичен, преобладает ценовая конкуренция; б) товар однородный, стандартный;	ПК-1	310

	в) преобладает неценовая конкуренция.		
44.	Маркетинговая стратегия предприятия относится к: а) корпоративным стратегиям; б) конкурентным стратегиям; в) функциональным стратегиям; г) оперативным стратегиям.	ПК-1	310
45.	Стратегия развития кадрового потенциала предприятия включает: а) планирование потребностей в кадрах, стратегию формирования персонала предприятия, стратегию развития персонала предприятия, стратегию использования и сохранения персонала, стратегию мотивации персонала, стратегию сокращения персонала; б) совершенствование социальной структуры персонала, улучшение условий и охраны труда, укрепление здоровья работников, улучшение жилищно-бытовых и социально-культурных условий работников; в) дополнительные компенсации работникам, уменьшение стоимости товаров, реализуемых в рамках социальной инфраструктуры предприятия.	ПК-1	310
46.	Стратегия производственных процессов предприятия включает следующие компоненты: а) стратегические решения в области выбора типа производства; б) стратегический выбор форм организации производства; в) стратегию пространственной планировки предприятия; г) стратегию месторасположения предприятия.	ПК-1	310
47.	Стратегия размещения производства включает следующие компоненты: а) стратегические решения в области выбора типа производства; б) стратегический выбор форм организации производства; в) стратегию пространственной планировки предприятия; г) стратегию месторасположения предприятия.	ПК-1	310
48.	Стратегия финансовой безопасности предприятия включает следующие компоненты: а) стратегию оптимизации структуры капитала; б) стратегию формирования инвестиционного портфеля предприятия; в) стратегию оптимизации структуры активов предприятия; г) стратегию формирования финансовых ресурсов предприятия на основе собственных источников; д) стратегию формирования финансовых ресурсов предприятия на основе заемных источников.	ПК-1	310
49.	Международная стратегия предусматривает: а) автономную разработку стратегий для разных стран. При данной стратегии освоение нового рынка представляет собой адаптацию прошлого опыта работы предприятия на других рынках к специфическим особенностям этого нового рынка; б) определение общих характеристик рынков и целевых групп потребителей, не зависящих от особенностей отдельных стран; в) стратегию экспортно-импортных операций; г) все вышеперечисленное.	ПК-1	310
50.	Стратегические альтернативы обновления: а) это варианты предложения, корректировки ранее принятых стратегий предприятия;	ПК-1	310

	<ul style="list-style-type: none"> б) опираются на действующие стратегии предприятия и одновременно предусматривают существенное изменение направления деятельности; в) предусматривают радикальные изменения стратегии предприятия, освоение совершенно новых товаров, прорывных технологий и т.д.; г) все вышеперечисленное верно. 		
51.	<p>К критериям выбора наилучшего стратегического варианта относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) степень соответствия возможностям и угрозам внешней среды; б) возможность формирования конкурентных преимуществ; в) соответствие целям предприятия; г) выполнимость стратегии: достаточность наличных ресурсов, совместимость стратегии с внутренней организацией; д) все вышеперечисленное 	ПК-1	310
52.	<p>Матрица Ансоффа «товар-рынок»:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) предлагает ряд стратегий для рынка, находящегося на стадии зрелости; б) предлагает стратегию совершенствования деятельности; в) предлагает стратегии, в зависимости от количества конкурентных преимуществ и способов их реализации. 	ПК-1	310
53.	<p>Реализация стратегии предусматривает:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 	ПК-1	310
54.	<p>Основные условия выполнения стратегии - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	ПК-1	310
55.	<p>Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) неправильной последовательности действий при их проведении; б) консервативности людей; в) воздействия внешних обстоятельств; г) недостатка ресурсов для осуществления изменений. 	ПК-1	310
56.	<p>Какие из перечисленных факторов определяют выбор той или иной организационной структуры?</p> <ul style="list-style-type: none"> 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; 	ПК-1	310

	ж) все перечисленные факторы		
57.	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.	ПК-1	310
58.	Понятие риска характеризуется следующим образом: а) вероятность наступления события, приводящая к получению высокого дохода организацией; б) неопределенность наступления события, приводящая к утрате собственного капитала организации; в) потенциальная возможность наступления события, приводящая к отклонениям от ранее поставленных целей и принятых решений.	ПК-1	310
59.	Экономический результат риска: а) только положительный; б) как отрицательный, так и положительный; в) всегда нулевой; г) может быть отрицательным, положительным и нулевым; д) отрицательный.	ПК-1	310
60.	Виды рисков, которые принято выделять на основе использования критерия «масштаб воздействия риска на результаты деятельности предприятия»: а) катастрофический; б) явный; в) допустимый; г) прямой; д) значительный.	ПК-1	310
61.	К политическим рискам относятся: а) риск изменения прогнозируемого результата вследствие инфляции в стране; б) риски безопасности бизнеса в стране; в) риски изменения конвертируемости национальной валюты; г) риск потери конкурентного преимущества предприятия; д) риски, связанные с непредвиденными изменениями любого параметра.	ПК-1	310
62.	К субъективным внутренним рискам относят риски: а) связанные с различными направлениями деятельности предприятия; б) принятия управленческих решений на всех этапах планирования и реализации стратегии.	ПК-1	310
63.	Природные риски, характерные для сельского хозяйства: а) возникающие из требований к безопасности продуктов питания, требований по охране окружающей среды; б) изменение условий реализации произведенной продукции; в) колебание экспортных и импортных цен; г) воздействие погодных условий.	ПК-1	310
64.	Управление рисками включает: а) качественный анализ факторов риска и их ранжирование;	ПК-1	310

	<p>б) количественная оценка степени риска;</p> <p>в) определение допустимого уровня и границ риска;</p> <p>г) все вышеперечисленное</p>		
65.	<p>Выберите способы оценки предпринимательского риска без учета дисконтирования денежных потоков:</p> <p>а) экспертных оценок;</p> <p>б) срок окупаемости инвестиций;</p> <p>в) коэффициент вариации;</p> <p>г) коэффициент корреляции.</p>	ПК-1	310
66.	<p>Выберите пути минимизации риска в условиях неопределенности:</p> <p>а) распределение риска между участниками проекта;</p> <p>б) увеличение доли резервных отчислений на непредвиденные обстоятельства;</p> <p>в) страхование возможных потерь;</p> <p>г) все вышеперечисленное.</p>	ПК-1	310
67.	<p>Что относится к спекулятивным рискам:</p> <p>а) производственные;</p> <p>б) имущественные;</p> <p>в) финансовые;</p> <p>г) биржевые.</p>	ПК-1	310
68.	<p>Инвестиционные риски включают:</p> <p>а) риск упущенной выгоды;</p> <p>б) риск снижения доходности;</p> <p>в) риск прямых финансовых потерь;</p> <p>г) все вышеперечисленное.</p>	ПК-1	310
69.	<p>В кризисной экономике роль риска в принятии решений:</p> <p>а) растет, так как растет число нестандартных, смелых решений;</p> <p>б) снижается, так как управление происходит более осторожно и спланировано;</p> <p>в) не меняется по сравнению со стабильной экономической ситуацией;</p> <p>г) все ответы верные.</p>	ПК-1	310
70.	<p>Имеются ли различия между понятиями «программа» и «план»:</p> <p>а) программа и план — это, в принципе, одно и то же;</p> <p>б) программа — понятие более широкое, в рамках программы может быть несколько планов;</p> <p>в) план — понятие более широкое, в рамках плана может быть несколько программ;</p> <p>г) программа и план различаются, поскольку используются на разных стадиях.</p>	ПК-1	310
71.	<p>Содержание портфельной стратегии включает:</p> <p>а) расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных деятельностей;</p> <p>б) использование технологий по принципу «двойного назначения»;</p> <p>в) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации;</p> <p>г) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы — материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.</p>	ПК-1	310
72.	<p>Какая стратегия наиболее привлекательна для фирмы, которая</p>	ПК-1	310

	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.		
73.	И. Ансофф в зависимости от уровня нестабильности внешнего окружения и степени эффективности выделяет четыре этапа развития систем управления предприятием: а) рождение, рост, зрелость, старость; б) управление на основе контроля за исполнением, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений, управление на основе гибких экстренных решений; в) анализ, планирование, организация, контроль; г) линейная, функциональная, линейно-функциональная и матричная системы.	ПК-1	310
74.	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.	ПК-1	310
75.	Оценка качества целей с позиции их конкретности, возможности количественной и качественной оценки, актуальности, реалистичности, контролируемости представляет собой: а) SMART-анализ; б) SWOT-анализ; в) PEST-анализ; г) ситуационный анализ.	ПК-1	310
76.	Ф. Котлер, исходя из доли рынка, принадлежащей предприятию, выделяет следующие типы конкурентных стратегий: а) стратегии лидера рынка, «бросающего вызов», «следующего за лидером» и специалиста («нишера»); б) стратегии «лидерства в издержках», «дифференциации», «фокусирования (концентрации)»; в) стратегии концентрированного, интегрированного, диверсифицированного роста; г) стратегии роста, стабильности, сокращения.	ПК-1	310
77.	Эта матрица стратегического анализа предусматривает выделение таких стратегических позиций бизнеса, как «звезда», «дойная корова», «собака», «трудный ребенок». Речь идет о: а) матрице «Бостон консалтинг групп»; б) матрице «Мак-Кинси»; в) матрице И. Ансоффа «товар-рынок»; г) матрице «темпы роста фирмы — темпы роста ниши».	ПК-1	310
78.	Данная стратегическая позиция бизнеса характеризует высококонкурентный бизнес на быстрорастущих рынках, высокие доходы, но и высокие затраты на поддержание лидирующего положения. Речь идет о: а) стратегической позиции «дойная корова»;	ПК-1	310

	б) стратегической позиции «звезда»; в) стратегической позиции «трудный ребенок»; г) стратегической позиции «собака».		
79.	Матрица «Бостон консалтинг групп» строится относительно следующих двух переменных: а) конкурентоспособность фирмы, привлекательность рынка; б) форма существования малого предприятия, продукт малого предприятия; в) темп роста фирмы, темп роста ниши; г) относительная доля рынка, темп роста рынка.	ПК-1	310
80.	Реализация конкурентной стратегии лидерства в издержках эффективна при следующих рыночных условиях: а) спрос на товар высокоэластичен, преобладает ценовая конкуренция; б) преобладает неценовая конкуренция; в) можно выделить множество отличительных характеристик товара, которые ценятся потребителями; г) все вышеперечисленное.:	ПК-1	310
81.	Чем различаются PEST- и SWOT-анализы: а) SWOT-анализ позволяет синтезировать результаты PEST-анализа как внешней, так и внутренней среды организации; б) предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом PEST-анализа - только ее внешняя макросреда; в) SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а PEST-анализ - ее возможностей и внешних угроз; г) PEST- и SWOT-анализ не имеют различий.	ПК-1	310
82.	Стратегическая единица бизнеса — это: а) совокупность потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемый продукт и комплекс маркетинга; б) совокупность бизнес-единиц, принадлежащая одному и тому же владельцу; в) внутрифирменная организационная единица, отвечающая за выработку стратегии предприятия в одном или нескольких сегментах целевого рынка; г) сфера деятельности, организационно представленная функциональными структурными подразделениями, которые специализируются на выполнении определенных функций	ПК-1	310
83.	Стратегический менеджмент это: а) деятельность по обеспечению реализации целей предприятия, позволяющая предприятию оптимально использовать существующий потенциал и оставаться восприимчивым к внешним требованиям; б) процесс принятия решений на высшем уровне организационной иерархии, в) деятельность по интеграции, кооперации и руководству различными видами функциональной деятельности для достижения общих целей предприятия, г) уровень деятельности по руководству и контролю за деятельностью предприятия.	ПК-1	310
84.	Функции стратегического менеджмента: а) планирование, мотивация, коммуникация, контроль;	ПК-1	310

	<ul style="list-style-type: none"> б) планирование, анализ, коммуникация, контроль, в) планирование, организация, мотивация, контроль; г) планирование, организация, анализ, коммуникация. 		
85.	<p>Среда организации делится на:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) оперативную, внешнюю, внутреннюю, б) внутреннюю, общую, оперативную; в) внутреннюю, общую, внешнюю; г) внутреннюю, оперативную, стратегическую. 	ПК-4	312
86.	<p>Организационная культура это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) ряд общих для всех ценностей и убеждений, которые влияют на эффективность формирования и реализации стратегии, б) система, объединяющая формальную и неформальную структуры; в) формальное выражение философии организации; г) совокупность характерных признаков предприятия в том виде, в каком они воспринимаются и оцениваются его работниками. 	ПК-1	310
87.	<p>Составляющие общеорганизационного потенциала:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) функциональный и организационный; б) управленческий и организационный; в) функциональный и управленческий; г) производственный и управленческий. 	ПК-1	310
88.	<p>Основные стратегии малых фирм:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) стратегии оптимального размера; б) стратегия участия в продукте крупной фирмы, в) стратегия роста, г) стратегия копирования. 	ПК-1	310
89.	<p>Стратегическая зона хозяйствования это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) внутриорганизационная единица, отвечающая за выработку стратегических позиций; б) отдельный сегмент окружения, на который предприятие имеет (или хочет получить) выход; в) характеристика конкретной стратегии предприятия, определяющая особенности его продукции; г) выражение закономерностей построения, присущих структуре предприятия. 	ПК-1	310
90.	<p>Стратегический хозяйственный центр это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) группа на предприятии, характер работы которой влияет на формирование у них специфической, отличной от других корпоративной культуры. б) уровень деятельности по руководству и контролю за деятельностью предприятия, в) элементы управления, объединенные в механизм, дающий возможность достигать поставленных целей; г) внутриорганизационная единица, отвечающая за выработку стратегических позиций предприятия в одной или нескольких зонах хозяйствования 	ПК-1	310
91.	<p>Когда был введен в обиход термин «стратегическое управление»?:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) на стыке 1960- 1970 гг; б) на стыке 1910 -1920 гг, 	ПК-1	310

	<p>в) на стыке 1980- 1990гг;</p> <p>г)11 на стыке 1950- 1960 гг.</p>		
92.	<p>В зависимости от степени диверсификации производства крупные компании можно разбить на следующие группы:</p> <p>а) «гордые львы»;</p> <p>б) «неповоротливые бегемоты»;</p> <p>в) «быстрые антилопы»;</p> <p>г) «могучие слоны».</p>	ПК-1	310
93.	<p>Влияние внешней среды на организацию проявляется в ...</p> <p>а) осознание роли места и значения организации и приспособление деятельности к изменениям внешней среды;</p> <p>б) формировании целей, производственного направления, выявлением условий результативности и эффективности её функционирования, необходимости взаимодействия с основными факторами внешней среды;</p> <p>в) использованием благоприятных условий внешней среды в интересах организации;</p> <p>г) формировании производственного профиля, необходимости постоянных и непрерывных изменений, осознании своего места и значения во внешнем окружении.</p>	ПК-4	312
94.	<p>Успешность взаимодействия организации с внешней средой обусловлена...</p> <p>а) выбором конкретной формы взаимодействия на основе выявления результативности;</p> <p>б) фиксацией доли организации на соответствующем товарном рынке;</p> <p>в) повышением доходности и увеличением доли организации в общем объёме продаж;</p> <p>г) осознанием роли, места и значения организации как открытой системы в структуре внешней среды, приспособлением деятельности организации к изменениям внешней среды, использованием благоприятных условий внешней среды в интересах организации.</p>	ПК-4	312
95.	<p>Инфраструктура организации включает деловое и фоновое окружение, то есть микро – и макросреду</p> <p>а) микросреда – это потребители, поставщики, конкуренты, разделение труда, дифференциация, интеграция, взаимоотношения участников;</p> <p>макросреда – это политика и экономика государства, технология и НТП, социально-демографические факторы;</p> <p>б) микросреда – это конкуренты, поставщики, потребители, государственные и муниципальные органы управления;</p> <p>макросреда – законодательные и нормативные акты государства, международные соглашения, национальные обычаи, вкусы и предпочтения потребителей;</p> <p>в) микросреда – цели, структура организации, технология производства, поставщики, потребители;</p> <p>макросреда – политика, экономика, НТП и технология, социально-демографические факторы;</p> <p>г) микросреда – это поставщики, потребители, посредники, конкуренты, государственные и муниципальные органы управления;</p> <p>макросреда – это состояние экономики государства, политика государства, научно-технический прогресс, социально-</p>	ПК-4	312

	демографические и культурные факторы.		
96.	<p>Внешние ограничения и условия, влияющие на состояние и развитие организации-...</p> <p>а) ограничения – законодательные и нормативные акты РФ и др. государств, международные соглашения – договоры, конвенции; условия – конъюнктура рынка, НТП, национальные и местные обычаи, вкусы и предпочтения потребителей;</p> <p>б) ограничения – конституция страны, законы и кодексы государства и субъекта федерации, ООН и Европарламент; условия – спрос и предложение, внутренние переменные – дифференциация, интеграция, специализация;</p> <p>в) ограничения - законодательные и нормативные акты РФ, международные соглашения</p>	ПК-4	312
97.	<p>Стратегический менеджмент – это ...</p> <p>а) деятельность, связанная с постановкой целей и задач организации, поддержанием взаимоотношений организации с внешней средой, позволяющие добиваться своих целей, соответствующих её внутренним возможностям и позволяющие оставаться восприимчивой к внешним требованиям;</p> <p>б) процесс управления организацией, ориентирующий производственную деятельность на запросы потребителей, повышение качества производимой продукции и позволяющий при этом достигать своих целей;</p> <p>в) процесс принятия и осуществления стратегических решений, центральным звеном которого является стратегический выбор, основанный на сопоставлении собственного ресурсного потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения и позволяющий достигнуть установленных целей;</p> <p>г) процесс установления связей организации с окружением, позволяющий достичь желаемого состояния, эффективно и результативно действовать организации и её подразделениям.</p>	ПК-1	310
98.	<p>Что не относится к понятию «стратегия» менеджмента –</p> <p>а) определение основных, долгосрочных целей и задач предприятия, разработка и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для достижения намеченных целей;</p> <p>б) установление на длительный период совокупности норм, ориентиров, направлений, сфер, способов и правил деятельности, развивающих конкурентоспособность организации, укрепляющих позицию на рынке и повышающих способность к выживанию в конкретной ситуации;</p> <p>в) качественно разработанная модель долгосрочных действий организации, необходимых для достижения поставленных целей путём рационального распределения имеющихся ресурсов;</p> <p>г) общая концепция достижения главных целей и решения проблем организации на основе эффективного распределения необходимых ограниченных ресурсов, дополненная программой реальных действий, направленных на приобретение конкурентных преимуществ.</p>	ПК-1	310
99.	<p>Стратегические цели коммерческой организации - ...</p> <p>а) ускоренный рост доходов, более сильное положение в отрасли, на рынке, рост объёмов производства и производительности труда;</p>	ПК-1	310

	<p>б) повышение качества товара, продукции; расширение, обновление ассортимента товара; рост относительной доли на рынке;</p> <p>в) рост прибыли на вложенный капитал, экономия издержек, ускоренный рост денежных поступлений, улучшение обслуживания клиентов;</p> <p>г) рост относительной доли на рынке, более сильное и надёжное положение в отрасли, повышение конкурентоспособности на рынке, снижение издержек производства по сравнению с основными конкурентами, улучшение обслуживания клиентов и повышение у них репутации предприятия.</p>		
100.	<p>Система стратегического планирования это:</p> <p>а) управленческая система планирования, основанная на экстраполяции исторически сложившихся тенденций и предложений, что эти тенденции не претерпят серьезных изменений в будущем;</p> <p>б) управленческая система планирования, основанная на анализе исторически сложившихся тенденций и разработке мер по воздействию на эти тенденции с целью их изменения в нужном направлении,</p> <p>в) управленческая система планирования, основанная на применении принципов оперативного планирования;</p> <p>г) управленческая система планирования, основанная на принятии руководством стратегических решений на основании прогнозов и предложений.</p>	ПК-1	310
101.	<p>Главное различие между долгосрочным и стратегическим планированием состоит:</p> <p>а) в трактовке прошлого;</p> <p>б) в трактовке настоящего,</p> <p>в) в трактовке будущего;</p> <p>г) в трактовке целей предприятия.</p>	ПК-1	310
102.	<p>Полный цикл стратегического менеджмента состоит из простых циклов:</p> <p>а) реализации, контроля, экстраполяционного планирования, планирования предпринимательской деятельности;</p> <p>б) формулирования целей, анализа последствий, оценки результатов, программирования;</p> <p>в) формулирования целей, выявление опасностей и возможностей, анализа тенденций, оценки результатов;</p> <p>г) выявление опасностей и возможностей, выявление альтернатив, программирования, оценки результатов,</p>	ПК-1	310
103.	<p>Общая среда это:</p> <p>а) уровень внешней среды организации, состоящий из компонентов, которые характеризуются глобальными масштабами и имеют слабое влияние на менеджмент организации;</p> <p>б) уровень внешней организационной среды, состоящий из компонентов, оказывающих непосредственное влияние на менеджмент организации;</p> <p>в) уровень внешней среды организации, состоящий из компонентов, которые не влияют на менеджмент организации,</p> <p>г) уровень внешней среды организации, состоящий из следующих компонентов: экономический, технологический, потребительский, покупательский.</p>	ПК-1	310

104.	Какие стратегии не относятся к эталонным стратегиям: а) стратегии интегрированного роста; б) стратегии планомерного развития; в) стратегии целенаправленного сокращения; г) стратегии концентрированного роста.	ПК-1	310
105.	На какие этапы разделяют стратегическую переменную для анализа: а) стратегия возникновения, стратегия преодоления, стратегия перевооружения; б) радикальная стратегическая переменная, обычная стратегическая переменная, непредвиденная стратегическая переменная, переменная стратегических возможностей. в) стратегия продолжения, обычная стратегическая переменная, ограниченная стратегическая переменная, радикальная стратегическая переменная, переориентация организации; г) неожиданная стратегическая переменная, стратегическая переменная возможных действий, либеральная стратегическая переменная.	ПК-1	310
106.	Менеджер концентрирует усилия на формулировании стратегии. После того, как наилучшая стратегия выбрана, менеджер доводит ее до подчиненных, которые должны ее реализовать. Какой из подходов использует менеджер для реализации стратегии: а) культурный подход; б) креативный подход; в) коллаборативный подход; г) командный подход.	ПК-1	310
107.	Основные подходы к социальной ответственности предприятия: а) моральные обязательства вести себя социально ответственным, б) повышение социальной значимости коммерческого предприятия; в) вовлечение предприятия в решение социальных проблем; г) максимизация прибыли.	ПК-1	310
108.	Система управления стратегическими задачами это: а) система мер выявления возможностей как внутри , так и вне предприятия; б) система мер выявления тех задач, за которыми необходимо в настоящее время установить жесткий контроль; в) система мер раннего выявления неожиданных изменений как внутри, так и вне предприятия и быстрого реагирования на них, г) система мер раннего выявления отклонений от заданного курса.	ПК-1	310
109.	В зависимости от типа реакции на неожиданные изменения различают: а) оперативное, долгосрочное и стратегическое управление; б) активное, реактивное и плановое управление; в) либеральное, демократическое и авторитарное управление; г) оперативное, реактивное и активное управление.	ПК-1	310
110.	Период опережающего роста спроса по сравнению с предложением, позволяющий оставшимся на рынке конкурентам пожинать плоды своей победы это: а) фаза активного роста;	ПК-1	310

	<ul style="list-style-type: none"> б) фаза внедрения; в) фаза зрелости; г) фаза замедленного роста. 		
111.	<p>Какое действие является лишним при выборе системы управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Определить характерные черты, которые в ближайшие 5-7 лет будут определяющими для окружения предприятия; б) определить уровень нестабильности среды по 3 факторам (степень прочности, темп изменения, предсказуемость будущего); в) пользуясь значением степени привычности, определить, какую систему действий следует выбрать, г) на основании среднего показателя предсказуемости будущего выбрать систему управления. 	ПК-1	310
112.	<p>Стратегии диверсифицированного роста это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) стратегии бизнеса, которые реализуются в том случае, если фирма и не может развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, б) стратегии бизнеса, которые реализуются тогда, когда фирма нуждается в перегруппировке сил после длительного периода роста; в) стратегии бизнеса, которые связаны с расширением фирмы путем добавление новых структур; г) стратегии бизнеса, которые связаны с изменением продукта и рынка. 	ПК-1	310
113.	<p>Влияние внешней среды на организацию проявляется в ...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Осознание роли места и значения организации и приспособление деятельности к изменениям внешней среды. 2. Выявлении условий результативности и эффективности организации. 3. Использовании благоприятных условий внешней среды в интересах организации. 4. Формировании системы мотивации на предприятии. 	ПК-4	312
114.	<p>К сильным сторонам предприятия относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление новых конкурентов. 2. Низкие издержки. 3. Увеличение доходов населения. 4. Отсутствие четко выраженной стратегии. 	ПК-4	312
115.	<p>К слабым сторонам предприятия относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие опыта в разработке новых товаров. 2. Высокая стоимость продукции в сравнении с ключевыми конкурентами. 3. Снижение доходов населения. 4. Наличие четко выраженной стратегии. 	ПК-4	312
116.	<p>Политические и правовые, экономические, социальные и культурные, природно-географические, технологические факторы представляют собой:</p>	ПК-4	312
117.	<p>Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов – это:</p>	ПК-4	312
118.	<p>Отдельный сегмент внешнего окружения, на который организация имеет или желает получить выход – это</p>	ПК-4	312
119.	<p>Соперничество между конкурентами (конкуренция) внутри отрасли, угроза появления новых конкурентов, угроза появления</p>	ПК-4	312

	товаров и услуг-субститутов (заменителей), способность поставщиков диктовать свои условия (сила поставщиков), способность покупателей диктовать свои условия (сила покупателей) представляют собой:		
120.	Миссия предприятия – это: 1. Философия предприятия, его предназначение, смысл существования. 2. Желаемое состояние предприятия или результат его деятельности, достижимый в пределах некоторого интервала времени. 3. План долгосрочных действий предприятия по достижению конкретных долгосрочных целей. 4. Система целей предприятия.	ПК-1	310
121.	Главное различие между долгосрочным и стратегическим планированием состоит: 1. В трактовке прошлого. 2. В трактовке настоящего. 3. В трактовке будущего. 4. В трактовке целей предприятия.	ПК-1	310
122.	Стратегия маркетинга, производственная стратегия, финансовая стратегия, инновационная стратегия, стратегия управления персоналом, стратегия внешнеэкономической деятельности относятся к группе стратегий	ПК-1	310
123.	Единство стратегических планов и программ, научность, целенаправленность, экономичность и эффективность, гибкость, создание необходимых условий для реализации стратегии, мотивация персонала представляют собой стратегического менеджмента	ПК-1	310
124.	Структурированный иерархический перечень целей организации, в котором цели более низкого уровня подчинены и служат для достижения целей более высокого уровня – это...	ПК-1	310
125.	Если организации дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, применяется следующая группа стратегий:	ПК-1	310
126.	Стратегический менеджмент это: а) деятельность по обеспечению реализации целей предприятия, позволяющая предприятию оптимально использовать существующий потенциал и оставаться восприимчивым к внешним требованиям; б) процесс принятия решений на высшем уровне организационной иерархии, в) деятельность по интеграции, кооперации и руководству различными видами функциональной деятельности для достижения общих целей предприятия, г) уровень деятельности по руководству и контролю за деятельностью предприятия.	ПК-1	310
127.	Функции стратегического менеджмента: а) планирование, мотивация, коммуникация, контроль; б) планирование, анализ, коммуникация, контроль, в) планирование, организация, мотивация, контроль; г) планирование, организация, анализ, коммуникация.	ПК-1	310
128.	Среда организации делится на: а) оперативную, внешнюю, внутреннюю,	ПК-4	312

	б) внутреннюю, общую, оперативную; в) внутреннюю, общую, внешнюю; г) внутреннюю, оперативную, стратегическую.		
129.	Организационная культура это: а) ряд общих для всех ценностей и убеждений, которые влияют на эффективность формирования и реализации стратегии, б) система, объединяющая формальную и неформальную структуры; в) формальное выражение философии организации; г) совокупность характерных признаков предприятия в том виде, в каком они воспринимаются и оцениваются его работниками.	ПК-1	310
130.	Различные варианты стратегий, позволяющие достичь стратегические цели организации, которые рассматриваются на этапе выбора стратегии, называются ...	ПК-1	310
131.	Наличие у организации уникальных характеристик, выгодно отличающих ее от других аналогичных организаций-конкурентов на рынке – это ...	ПК-1	310
132.	Стратегия маркетинга, производственная стратегия, финансовая стратегия, инновационная стратегия, стратегия управления персоналом, стратегия внешнеэкономической деятельности относятся к группе стратегий	ПК-1	310
133.	Единство стратегических планов и программ, научность, целенаправленность, экономичность и эффективность, гибкость, создание необходимых условий для реализации стратегии, мотивация персонала представляют собой стратегического менеджмента	ПК-1	310
134.	Структурированный иерархический перечень целей организации, в котором цели более низкого уровня подчинены и служат для достижения целей более высокого уровня – это...	ПК-1	310
135.	Если организации дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, применяется следующая группа стратегий ... роста	ПК-1	310
136.	Если организации дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, применяется следующая группа стратегий ... роста	ПК-1	310
137.	Политические и правовые, экономические, социальные и культурные, природно-географические, технологические факторы представляют собой:	ПК-1	310
138.	Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов – это:	ПК-1	310
139.	Отдельный сегмент внешнего окружения, на который организация имеет или желает получить выход – это (3 слова)	ПК-1	310
140.	Если организации дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, применяется следующая группа стратегий ... роста	ПК-1	310
141.	Понятие, раскрывающее смысл существования организации и определяющее сферу ее деятельности — это	ПК-1	310
142.	Отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе предполагает стратегия	ПК-1	310

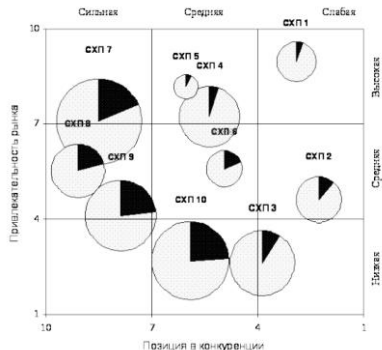
143.	Опасность чего-либо, возможность убытка или ущерба, действие наудачу, требующее смелости и предприимчивости в надежде на счастливый исход - это	ПК-1	310
144.	Недостаточность сведений об условиях, в которых будет протекать экономическая деятельность, низкая степень предсказуемости - это	ПК-1	310
145.	Способ снижения отрицательных последствий наступления рисков событий, состоящий в том, что предприниматель создает обособленные фонды возмещения убытков за счет части собственных оборотных средств	ПК-1	310
146.	Как называется процесс разработки последовательных шагов, направленных на достижение долгосрочных целей, определенных высшим руководством предприятия?	ПК-1	310
147.	Вероятность потерь и вероятность того, что эти потери не превысят определенный уровень (рубеж) – это ... риска	ПК-1	310
148.	Методы компенсации рисков – связаны с созданием механизмов ...опасности	ПК-1	310
149.	Набор проектов или программ, объединенных вместе с целью эффективного управления и достижения стратегических целей, а также деятельность по их обеспечению – это:	ПК-1	310
150.	Деятельность по обеспечению реализации целей предприятия, позволяющая предприятию оптимально использовать существующий потенциал и оставаться восприимчивым к внешним требованиям – это...	ПК-1	310

5.3.2.2. Вопросы для устного опроса

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Стратегии диверсификации.	ПК-1	310
2	Эталонные корпоративные стратегии роста.	ПК-1	310
3	Анализ проблем стратегического менеджмента организации.	ПК-1	310
4	Стратегический анализ издержек предприятия и цепочки ценностей.	ПК-1	310
5	Методы реализации отраслевого анализа.	ПК-4	312
6	Роль ключевых факторов успеха в разработке стратегии организации.	ПК-1	310
7	Методы реализации наступательных и оборонительных стратегий организации.	ПК-1	310
8	Анализ и формирование ключевых компетенции организации.	ПК-1	310
9	Основные источники и типы конкурентных преимуществ организации.	ПК-1	310
10	Основные черты и типы корпоративных стратегий.	ПК-1	310
11	Реализация стратегии интенсивного роста на быстрорастущем рынке.	ПК-1	310
12	Формирование стратегического соответствия при реали-	ПК-1	310

	зации стратегии диверсификации.		
13	Международная конкуренция и международные экономические стратегии.	ПК-1	310
14	Методы портфельного анализа диверсифицированной организации.	ПК-4	312
15	Особенности стратегий роста на предприятиях малого бизнеса.	ПК-1	310
16	Подходы к оценке стратегических альтернатив и выбору стратегии организации.	ПК-1	310
17	Стратегический анализ диверсифицированных компаний.	ПК-4	312
18	Факторы успеха в развитии инновационных процессов.	ПК-1	310
19	Стратегический анализ инновационной активности предприятия.	ПК-4	312
20	Планирование стратегий инновационного развития.	ПК-1	310
21	Методы повышения эффективности реализации новых технологий.	ПК-1	310
22	Организационные формы инноваций.	ПК-1	310
23	Стратегический анализ инновационной активности предприятия.	ПК-4	312
24	Этапы разработки инноваций.	ПК-1	310
25	Стратегии конкурентной борьбы в растущих отраслях промышленности.	ПК-1	310
26	Социально-психологическая оценка эффективности.	ПК-1	310
27	Экономические показатели оценки перспективности инновационных проектов.	ПК-1	310
28	Стратегия и организационная культура предприятия (фирмы).	ПК-4	312
29	Особенности стратегического планирования на диверсифицированных предприятиях.	ПК-1	310
30	Стратегии конкурентной борьбы в период перехода к промышленной зрелости.	ПК-1	310
31	Анализ различных подходов к разработке стратегии в различных организациях.	ПК-1	310
32	Сущность стратегии, отличительные особенности развития стратегии предприятия.	ПК-1	310
33	Информационное и организационное обеспечение системы стратегического планирования.	ПК-1	310
34	Причины необходимости долгосрочного планирования.	ПК-1	310
35	Роль стратегического планирования в системе управления предприятием.	ПК-1	310
36	Особенности стратегических решений.	ПК-1	310
37	Сущность и цели портфельного анализа	ПК-4	312
38	Процедура проведения SWOT-анализа.	ПК-4	312
39	Определение силы конкретных возможностей и угроз.	ПК-4	312
40	Оценка управленческого потенциала.	ПК-1	310
41	Анализ конкурентного окружения.	ПК-4	312

5.3.2.3. Задачи для проверки умений и навыков

№	Содержание	Компетенция	ИДК																								
1	<p>Структура корпоративного портфеля организации представлена в таблице. Построить матрицу BCG и выработать практические рекомендации по корректировке корпоративной стратегии.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Вид бизнеса</th> <th>ТРР</th> <th>ОДР</th> <th>Стоимость активов (млн. \$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Сеть ресторанов быстрого питания</td> <td>0,1</td> <td>0,6</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Сеть ресторанов класса «люкс»</td> <td>0,04</td> <td>0,22</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>Сеть автостоянок</td> <td>0,05</td> <td>0,9</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Сеть минигостиниц</td> <td>0,14</td> <td>1,1</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Сеть магазинов эконом - класса</td> <td>0,07</td> <td>0,8</td> <td>27</td> </tr> </tbody> </table>	Вид бизнеса	ТРР	ОДР	Стоимость активов (млн. \$)	Сеть ресторанов быстрого питания	0,1	0,6	12	Сеть ресторанов класса «люкс»	0,04	0,22	25	Сеть автостоянок	0,05	0,9	15	Сеть минигостиниц	0,14	1,1	13	Сеть магазинов эконом - класса	0,07	0,8	27	ПК-4	У12
		Вид бизнеса	ТРР	ОДР	Стоимость активов (млн. \$)																						
Сеть ресторанов быстрого питания	0,1	0,6	12																								
Сеть ресторанов класса «люкс»	0,04	0,22	25																								
Сеть автостоянок	0,05	0,9	15																								
Сеть минигостиниц	0,14	1,1	13																								
Сеть магазинов эконом - класса	0,07	0,8	27																								
Н12																											
2	<p>В таблице приведены данные по себестоимости услуг предприятия (гостиницы) и аналогичные данные в среднем по отрасли в данном регионе. Построить диаграмму Парето и произвести анализ структуры себестоимости услуги в сравнении со среднеотраслевой.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Статья затрат</th> <th>Зарплата персонала</th> <th>Стоимость коммунальных услуг</th> <th>Амортизационные издержки</th> <th>Затраты на безопасность</th> <th>Другие затраты</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Предприятие (руб.)</td> <td>500</td> <td>100</td> <td>250</td> <td>100</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>В среднем по отрасли (%)</td> <td>25</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>15</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Статья затрат	Зарплата персонала	Стоимость коммунальных услуг	Амортизационные издержки	Затраты на безопасность	Другие затраты	Предприятие (руб.)	500	100	250	100	50	В среднем по отрасли (%)	25	25	30	15	5	ПК-1	У10						
		Статья затрат	Зарплата персонала	Стоимость коммунальных услуг	Амортизационные издержки	Затраты на безопасность	Другие затраты																				
Предприятие (руб.)	500	100	250	100	50																						
В среднем по отрасли (%)	25	25	30	15	5																						
Н10																											
3	<p>На рисунке представлена матрица McKinsey/GE компании, производящей продукцию сельского хозяйства (СХП). Проанализируйте матрицу и сформулируйте рекомендации компании относительно направлений инвестирования по каждому виду продукции, оптимизации продуктового портфеля и маркетинговой стратегии.</p> 	ПК-4	У12																								
			Н12																								
4	<p>Постройте матрицу McKinsey/GE для компании, используя данные по продуктовому портфелю и характеристики рынка, представленные в таблице 3. По результатам, отраженным в матрице, дайте рекомендации компании относительно направлений инвестирования, оптимизации продуктового портфеля и маркетинговой стратегии.</p>	ПК-4	У12																								

Показатель	Продукты компании		
	А	В	С
1.1 Относительная доля рынка	Средняя	Средняя	Средняя
1.2 Способность конкурировать по ценам и качеству	Низкая	Средняя	Низкая
1.3 Технологические преимущества	Высокие	Высокие	Средние
1.4 Маркетинговые преимущества	Высокие	Средние	Средние
1.5 Знание потребителей и рынка	Средние	Средние	Низкое
2.1 Размер рынка и темпы	Высокие	Средние	Высокие
2.2 Конкуренция	Высокая	Высокая	Средняя
2.3 Прибыльность рынка	Средняя	Средняя	Средняя
2.4 Требования к технологиям	Высокие	Низкие	Низкие
2.5 Барьеры входа-выхода	Высокие	Средние	Средние
3 Доля продукции в общем портфеле предприятия	10%	40%	50%

Н12

5.3.2.4. Перечень тем рефератов, контрольных, расчетно-графических работ

Не предусмотрены.

5.3.2.5. Вопросы для контрольной (расчетно-графической) работы

Не предусмотрены.

5.4. Система оценивания достижения компетенций

5.4.1. Оценка достижения компетенций в ходе промежуточной аттестации

ПК-1 Способен эффективно использовать методы управления сельскохозяйственным производством					
Индикаторы достижения компетенции ПК-1		Номера вопросов и задач			
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену	вопросы к зачету	вопросы по курсовому проекту (работе)
310	функции стратегического управления, методы принятия стратегических решений;	1-8,			1-9,13-14,17-19
У10	использовать методы и инструменты стратегического управления;		1,2,4		
Н10	стратегическое управление развитием сельскохозяйственных производителей;		1,2,4		
ПК-4 Способен оценивать внешнюю и внутреннюю среду функционирования сельскохозяйственных производителей					
Индикаторы достижения компетенции ПК-4		Номера вопросов и задач			
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену	вопросы к зачету	вопросы по курсовому проекту (работе)
312	методы стратегического анализа внутренней и внешней среды организации				10-12,15-16,20
У12	собирать и применять данные анализа внутренней и внешней среды организации в стратегическом менеджменте		3, 5-10		
Н12	принятия стратегических управленче-		3, 5-10		

	ских решений на основании анализа внутренней и внешней среды организации				
--	--	--	--	--	--

ПК-1 Способен эффективно использовать методы управления сельскохозяйственным производством				
Индикаторы достижения компетенции ПК-1		Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	вопросы тестов	вопросы устного опроса	задачи для проверки умений и навыков
310	функции стратегического управления, методы принятия стратегических решений;	1-2, 4-10, 15-20, 22-30, 38-92, 97-127, 129-150	1-4,6-13,15-16,18-22,24-27,29-37,40	
У10	использовать методы и инструменты стратегического управления;			1
Н10	стратегическое управление развитием сельскохозяйственных производителей;			1
ПК-4 Способен оценивать внешнюю и внутреннюю среду функционирования сельскохозяйственных производителей				
Индикаторы достижения компетенции ПК-4		Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	вопросы тестов	вопросы устного опроса	задачи для проверки умений и навыков
312	методы стратегического анализа внутренней и внешней среды организации	3, 11-14, 21, 31-37, 93-96, 128	5,14,17,23,28,37-39,41	
У12	собирать и применять данные анализа внутренней и внешней среды организации в стратегическом менеджменте			2-4
Н12	принятия стратегических управленческих решений на основании анализа внутренней и внешней среды организации			2-4

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

6.1. Рекомендуемая литература.

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1	2	3
2.1. Учебные издания	Антонов Г. Д. Стратегическое управление организацией [электронный ресурс]: Учебник / Г. Д. Антонов, В. М. Тумин, О. П. Иванова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014 - 239 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=54531	-
	Егоршин А. П. Стратегический менеджмент [электронный ресурс]: Учебник / А. П. Егоршин, И. В. Гуськова - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018 - 290 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=309048	-
	Лапыгин Ю. Н. Стратегический менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие / Ю. Н. Лапыгин - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022 - 208 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=414225	-
	Родионова В. Н. Стратегический менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие / В. Н. Родионова - Москва: Издательский Центр РИОР, 2020 - 106 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=352581	-
	Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [электронный ресурс]: Учебник для вузов: Учебник / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации - Москва: Издательство "ЮНИТИ", 2017 - 576 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=341675	-
2.2. Методические издания	Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: методические рекомендации по самостоятельной работе для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профилю «Производственный менеджмент в АПК» / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост. И. Ю. Федулова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2021 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m165184.pdf	1
	Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: методические указания по выполнению курсового проекта для обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост.: Е. В. Закшевская, И. Ю. Федулова, Т. В. Закшевская, Т. В.	1

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1	2	3
	Сабетова, Н. М. Шевцова, М. В. Загвозкин] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2021 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m165185.pdf	
	Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: методические указания по освоению дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Производственный менеджмент в АПК» / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост. И. Ю. Федулова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2021 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m165186.pdf	1
2.3. Периодические издания	Вестник Воронежского государственного аграрного университета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-	1
	Менеджмент в России и за рубежом: журнал: 16+ - Москва: Финпресс, 1998-	1
	Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий: Ежемесячный теоретический и научно-практический журнал / Министерство сельского хозяйства РФ - Москва: Редакция журнала "Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий", 1988-	1

6.2. Ресурсы сети Интернет

6.2.1. Электронные библиотечные системы

№	Название	Размещение
1	Лань	https://e.lanbook.com
2	ZNANIUM.COM	http://znanium.com/
3	ЮРАЙТ	http://www.biblio-online.ru/
4	IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
5	E-library	https://elibrary.ru/
6	Электронная библиотека ВГАУ	http://library.vsau.ru/

6.2.2. Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Размещение
1	Справочная правовая система Гарант	http://www.consultant.ru/
2	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://ivo.garant.ru
3	Профессиональные справочные системы «Кодекс»	https://texэксперт.сайт/systema-kodeks

6.2.3. Сайты и информационные порталы

№	Название	Размещение
1	Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru/
2	Секретарь-референт	https://www.profiz.ru/sr/
3	Дело-про	https://delo-pro.ru/
4	Все о делопроизводстве	http://delo-ved.ru/
5	Все ГОСТы	http://vsegost.com/

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

7.1. Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий: Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия: система видеосвязи, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер/ Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, презентационное оборудование</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина,1, а.273</p>
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия:</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина,1, а.237</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина,.1, а.122а (с 16 до 18 ч.)</p>

7.2. Программное обеспечение

7.2.1. Программное обеспечение общего назначения

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows /Linux /Ред ОС	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений MS Office / OpenOffice/LibreOffice	ПК в локальной сети ВГАУ
3	Программы для просмотра файлов AdobeReader / DjVuReader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Яндекс Браузер / MozillaFirefox / MicrosoftEdge	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayerClassic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearningserver	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

7.2.2. Специализированное программное обеспечение

Не требуется

8. Междисциплинарные связи

Дисциплина, с которой необходимо согласование	Кафедра, на которой преподается дисциплина	ФИО заведующего кафедрой
Б1.О.17 Теория менеджмента	Управления и маркетинга в АПК	Закшевская Е.В.
Б1.В.18 Управление в АПК	Управления и маркетинга в АПК	Закшевская Е.В.
Б1.В.ДЭ.02.01 Антикризисное управление в АПК	Управления и маркетинга в АПК	Закшевская Е.В.

**Лист периодических проверок рабочей программы
и информация о внесенных изменениях**

Должностное лицо, про- водившее проверку: Ф.И.О., должность	Дата	Потребность в корректировке указа- нием соответствующих разделов рабочей про- граммы	Информация о вне- сенных изменениях