Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан экономического факультета
Черных А.Н. _____
«21» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.20 Стратегическое управление

Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность
Специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

Квалификация выпускника экономист

Факультет экономический

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Разработчик(и) рабочей программы:

к. э. н., доцент Т.В. Закшевская

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 5766442635ADBC86110DA9D0F1A9CF25
Владелец: [illegible] Александр Владимирович
Действителен: с 13.05.2025 до 06.08.2026

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность (уровень специалитета), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 апреля 2021 г. № 293.

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: Управляющий ООО «Цифровое развитие» Щедрин И.С.

1. Общая характеристика дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Цель изучения дисциплины состоит в том, чтобы сформировать у обучающихся теоретические знания и практические навыки в области разработки и внедрения стратегии организации, направленной на обеспечение ее экономической безопасности.

1.2. Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины:

- изучить теоретические основы стратегического управления;
- изучить основные методы стратегического анализа внешней и внутренней среды организации;
- сформировать навыки разработки стратегии развития организации для обеспечения ее экономической безопасности;
- изучить процесс реализации стратегии.

1.3. Предмет дисциплины

Предметом дисциплины являются теоретические и методологические основы стратегического управления.

1.4. Место дисциплины в образовательной программе

Данная дисциплина относится к Блоку Б1 к части дисциплин, формируемым участниками образовательных отношений.

1.5. Взаимосвязь с другими дисциплинами

Изучение данной дисциплины связано с изучением таких дисциплин, как Б1.О.28 Управление организацией (предприятием), Б1.О.05 Управление проектами.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций:

Компетенция		Индикатор достижения компетенции	
код	**содержание**	**код**	**содержание**
ПК-4	Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами	З.2	**Знать** сущность и правила разработки стратегии организации и основы процесса управления реализацией стратегии
		У.2	**Уметь** проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды организации и осуществлять выбор стратегии ее развития
		Н.2	**Иметь навыки** разработки стратегии организации и управления стратегическими изменениями
ПК-5	Способен реализовывать функции планирования, координирования и нормативного обеспечения интегрированной комплексной деятельности подразделений по управлению рисками в соответствии со стратегическими целями организации	З.2	**Знать** функции и методы стратегического управления
		У.2	**Уметь** использовать методы и инструменты стратегического управления
		Н.2	**Иметь навыки** разработки программ и проектов для реализации стратегии организации

3. Объём дисциплины и виды работ

3.1. Очная форма обучения

Показатели	Семестр	Всего
	7	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	4 / 144	4 / 144
Общая контактная работа, ч	56.75	56.75
Общая самостоятельная работа, ч	87.25	87.25
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	56.00	56.00
лекции	28	28.00
практические	28	28.00
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	69.50	69.50
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0.75	0.75
групповые консультации	0.50	0.50
экзамен	0.25	0.25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	17.75	17.75
подготовка к экзамену	17.75	17.75
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

3.2. Заочная форма обучения

Показатели	Курс	Всего
	5	
Общая трудоёмкость, з.е./ч	4 / 144	4 / 144
Общая контактная работа, ч	16.75	16.75
Общая самостоятельная работа, ч	127.25	127.25
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	16.00	16.00
лекции	6	6.00
практические	10	10.00
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	109.50	109.50
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0.75	0.75
групповые консультации	0.50	0.50
экзамен	0.25	0.25
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	17.75	17.75
подготовка к экзамену	17.75	17.75
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Содержание дисциплины в разрезе разделов и подразделов

Тема 1. Основы стратегического управления

Понятие, сущность, основные задачи и принципы теории и практики стратегического управления. Роль и предпосылки формирования и развития стратегического управления. Основные компоненты и этапы развития стратегического управления. Объекты и виды стратегического управления. Функции стратегического управления. Концепция стратегического управления.

Тема 2. Процесс стратегического управления

Этапы стратегического управления. Модель процесса стратегического управления. Понятие и сущность стратегии. Типы стратегий. Стратегические альтернативы и условия реализации стратегии. Стратегическое видение. Миссия организации. Стратегические цели организации: понятие, классификация, иерархия. Методы постановки целей: SMART, дерево целей и др.

Тема 3. Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации

Внешняя среда организации и ее компоненты. Внутренняя среда организации и ее компоненты. Цели, задачи и объекты стратегического анализа, информационное обеспечение; подходы и методы стратегического анализа дальнего и ближнего окружения организации, особенности анализа функциональных зон организации. Анализ ситуации в отрасли. Анализ конкурентных сил.

Тема 4. Эталонные стратегии организации

Эталонные (базовые) стратегии развития организации. 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.

Тема 5. Конкурентные стратегии организации

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.

Тема 6. Функциональные стратегии организации

Понятие и место в пирамиде стратегий организации функциональных и операционных стратегий. Маркетинговая стратегия, определение, основные компоненты, их виды и характеристики. Производственная стратегия организации: ее основные компоненты и виды. Инновационная стратегия: определение и основные составляющие. Финансовая стратегия организации. Стратегия организационных изменений.

Тема 7. Выбор и реализация стратегии организации

Подходы и методы стратегического выбора. Процесс выбора стратегии: оценка действующей стратегии: портфельное позиционирование (построение и анализ матриц продукции, выделение стратегических единиц бизнеса); выбор стратегии организации. Стратегические альтернативы: понятие и виды. Оценка стратегических альтернатив с учетом рыночных критериев. Содержание, принципиальные особенности и сферы применения основных моделей стратегического выбора. Матрица возможностей И. Ансоффа. Модель стратегического выбора в зависимости от жизненного цикла продукта. Модели стратегического выбора на основе цикла развития организации.

Тема 8. 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 изменений. Сбалансированная система показателей.

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

4.2.1. Очная форма обучения

№№ п/п	Раздел дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СР
1.	Основы стратегического управления	4	2		10
2.	Процесс стратегического управления	4	4		10
3.	Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации	4	4		8
4.	Эталонные стратегии организации	4	4		8
5.	Конкурентные стратегии организации	4	4		8
6.	Функциональные стратегии организации	4	4		8
7.	Выбор и реализация стратегии организации	2	4		8
8.	Методы стратегического управления	2	2		9,5
Всего		28	28		69,5

4.2.2. Заочная форма обучения

№№ п/п	Раздел дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СР
1.	Основы стратегического управления	2			14
2.	Процесс стратегического управления	2	2		14
3.	Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации		2		14
4.	Эталонные стратегии организации	2	2		14
5.	Конкурентные стратегии организации		2		14
6.	Функциональные стратегии организации				14
7.	Выбор и реализация стратегии организации		2		14
8.	Методы стратегического управления				11,5
Всего		6	10		109,5

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

№№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч форма обучения	
			очная	заочная
1.	Эволюция взглядов на процесс стратегического управления, этапы развития. Теории И. Ансоффа, Х. Минцберга, Д. Аакера, М. Портера, Г. Хэмела и К. Прахалада и др.	Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации: учебное пособие / А.П. Егоршин. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 388 с. – (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013498-7. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1220559	10	14
2.	Философский смысл видения как отправной точки в процессе стратегического планирования. Назначение видения: мотивация, подбор команды для реализации идеи	Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. - 576 с. - ISBN 978-5-85173-059-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028918	10	14
3.	Стейкхолдеры, понятие и состав. Их влияние на принятие стратегических решений	Баринов, В. А. Стратегический менеджмент: Учебник / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 237 с. - ISBN 978-5-16-003763-9. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/944938	8	14
4.	Модели И. Ансоффа, Томпсона – Стрикленда.	Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 320 с. – ISBN 978-5-16-009860-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1223161 Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. - 576 с. - ISBN 978-5-85173-059-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028918	8	14
5.	Условия выбора конкурентных стратегий и основные факторы, их определяющие. Преимущества и риски, связанные с конкурентными стратегиями.	Баринов, В. А. Стратегический менеджмент: Учебник / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 237 с. - ISBN 978-5-16-003763-9. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/944938	8	14
6.	Стратегия внешнеэко-	Панов, А.И. Стратегический менеджмент: учеб.	8	14

	номической деятельности предприятия. Международные и глобальные стратегии.	пособие для студентов вузов / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А Панов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 303 с. - ISBN 978-5-238-01052-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028938		
7.	Портфельные методы и модели выбора стратегии.	Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 320 с. – ISBN 978-5-16-009860-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1223161	8	14
8	Причины сопротивления стратегическим изменениям	Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации: учебное пособие / А.П. Егоршин. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 388 с. – (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013498-7. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1220559	9,5	11,5
Всего			69,5	109,5

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1. Этапы формирования компетенций

Подраздел дисциплины	Компетенция	Индикатор достижения компетенции
Основы стратегического управления	ПК-4	З.2
		У.2
Процесс стратегического управления	ПК-4	З.2
		У.2
		Н.2
Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации	ПК-4	З.2
		У.2
		Н.2
Эталонные стратегии организации	ПК-4	З.2
		У.2
		Н.2
Конкурентные стратегии организации	ПК-4	З.2
		У.2
		Н.2
Функциональные стратегии организации	ПК-4	З.2
		У.2
		Н.2
Выбор и реализация стратегии организации	ПК-5	З.2
		У.2
		Н.2
Методы стратегического управления	ПК-5	З.2
		У.2

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	неудовлет-ворительно	удовлетво-рительно	хорошо	отлично

5.2.2. Критерии оценивания достижения компетенций

Критерии оценки на экзамене

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 тестов

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Содержание правильных ответов в тесте не менее 90%
Зачтено, продвинутый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 75%
Зачтено, пороговый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 50%
Не зачтено, 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 управления и его основные особенности	ПК-4	З.2
2.	Основные этапы становления стратегического управления	ПК-4	З.2
3.	Основные концепции стратегического управления	ПК-4	З.2
4.	Задачи и функции стратегического управления	ПК-4	З.2
5.	Этапы развития стратегического подхода к управлению организацией	ПК-4	З.2
6.	Основные принципы стратегического управления	ПК-4	З.2
7.	Понятие стратегической зоны хозяйствования	ПК-4	З.2
8.	Понятие миссии организации. Назначение и роль миссии в стратегическом управлении	ПК-4	З.2
9.	Определение и классификация целей. Иерархия целей	ПК-4	З.2
10.	Требования к целям и их установление	ПК-4	З.2
11.	Понятие «стратегия», уровни стратегий	ПК-4	З.2
12.	Процесс формирования стратегии организации	ПК-4	З.2
13.	Разработка стратегического видения и миссии организации	ПК-4	З.2
14.	Стратегии сокращения	ПК-4	З.2
15.	Анализ общего внешнего окружения (макроокружения) организации: задачи и порядок проведения	ПК-4	З.2
16.	Анализ среды ближайшего окружения (микроокружения) организации: задачи и порядок проведения	ПК-4	З.2
17.	Структура и оценка сил конкуренции в отрасли	ПК-4	З.2
18.	Анализ конкурентов	ПК-4	З.2
19.	Анализ потребителей в системе стратегического управления	ПК-4	З.2
20.	Сущность и содержание управленческого анализа	ПК-4	З.2
21.	Методика SWOT-анализа	ПК-4	З.2
22.	Методика анализа факторов внешней среды: PEST – анализ.	ПК-4	З.2
23.	Виды эталонных (базовых) стратегий развития	ПК-4	З.2
24.	Стратегии концентрированного роста	ПК-4	З.2
25.	Стратегии интегрированного роста	ПК-4	З.2
26	Стратегии диверсифицированного роста	ПК-4	З.2
27.	Конкурентные преимущества организации как основа формирования	ПК-4	З.2

	конкурентной стратегии. Модель пяти сил конкуренции М. Портера		
28.	Конкурентные стратегии, базирующиеся на достижении конкурентных преимуществ	ПК-4	З.2
29.	Конкурентные стратегии, основанные на доле рынка организации	ПК-4	З.2
30.	Функциональные стратегии организации	ПК-4	З.2
31.	Понятие стратегической альтернативы. Критерии выбора альтернативных стратегических решений	ПК-4	З.2
32.	Процесс реализации стратегии организации	ПК-5	З.2
33.	Стратегические изменения. Сопротивление стратегическим изменениям	ПК-5	З.2
34.	Стратегический контроль	ПК-5	З.2
35.	Оценка реализации стратегии и ее корректировка	ПК-5	З.2
36.	Методы стратегического управления	ПК-5	З.2
37.	Управление посредством выбора стратегических позиций	ПК-5	З.2
38.	Управление на основе ранжирования стратегических задач	ПК-5	З.2
39.	Управление по слабым и сильным сигналам	ПК-5	З.2
40.	Управление в условиях стратегических неожиданностей	ПК-5	З.2

5.3.1.2. Задачи к экзамену

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Организация «Синий лед» производит мороженное. В регионе на рынке мороженного представлены еще 2 компании-конкурента. 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. Решение было принято только на основании данных о сбыте продукции и исследованиях маркетолога. 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. Вопросы: 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?	ПК-5	Н.2
2	Стратегия организации в значительной степени определяется целями, которые ставят ее собственники при создании организации и в процессе ее деятельности. Например, цель, может формулироваться как «получение стабильного дохода при невысоком уровне рисков» или «занять ведущее место на региональном рынке» и др. Сформулируйте возможные цели собственников промышленного предприятия в современных российских условиях и рассмотрите их влияние на формирование стратегии организации.	ПК-4	У.2

<table>
<tr><td>3</td><td>Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ) – инструмент для стратегического анализа и планирования.
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.
Постройте матрицу БКГ исходя из приводимых ниже исходных данных:
<table>
<tr><th>Краткое название продукта</th><th>Продажи</th><th>Продажи конкурента</th><th>Темпы роста рынка</th></tr>
<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>
</table></td><td>ПК-4</td><td>Н.2</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Для каждой ситуации, используя классификацию стратегий роста, определите какой тип стратегии реализует компания:
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 сельскохозяйственном производстве.
3. Крупное воронежское издательство приобретает сеть книжных магазинов.</td><td>ПК-4</td><td>У.2</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Для каждой ситуации определите тип конкурентной стратегии организации.
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 разделывают 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.
2. Стратегия организации направлена на удовлетворение нужд потребителей за счет предоставления им большей гаммы товаров по ценам более низким, чем на аналогичную продукцию конкурентов.</td><td>ПК-4</td><td>У.2</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Какие функциональные стратегии и их виды могут быть актуальны для следующих организаций:
1) новая сеть магазинов бытовой техники пытается проникнуть на рынок, используя стратегию дифференциации персонала;
2) производитель металлических труб пытается стать лидером на российском рынке металлопроката;</td><td>ПК-4</td><td>Н.2</td></tr>
</table>

	3) научно-производственная компания «Фарм-био» приступила к производству не имеющей аналогов биологически активной добавки		
7	Для каждой ситуации определите тип стратегии фирмы: 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. 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. 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. 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. 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.	ПК-5	У.2
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

5.3.1.3. Вопросы к зачёту с оценкой

Не предусмотрены.

5.3.1.4. Вопросы к зачёту

Не предусмотрены.

5.3.1.5. Перечень тем курсовых проектов

Не предусмотрен.

5.3.1.6. Вопросы к защите курсового проекта

Не предусмотрен.

5.3.2. Оценочные материалы текущего контроля

5.3.2.1. Вопросы тестов

№	Содержание	Компе-тенция	ИДК
1.	Стратегический менеджмент – это: а) процесс принятия решений; б) наука об управлении сложными объектами; в) наука и технология стратегического управления; г) искусство.	ПК-4	З.2
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-4	З.2
3.	Высшим уровнем стратегического менеджмента является: а) деловой уровень; б) корпоративный уровень; в) функциональный уровень.:	ПК-4	З.2
4.	К принципам стратегического менеджмента относится: а) научность в сочетании с элементами искусства; б) целенаправленность; в) гибкость; г) все вышеперечисленное.	ПК-4	З.2
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-4	З.2
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-5	З.2
7.	Решения по стратегическому управлению принимают: а) высшее руководство; б) менеджеры среднего звена; в) команда единомышленников.	ПК-5	З.2
8.	Миссия предприятия – это: а) философия предприятия, его предназначение, смысл существо-	ПК-5	З.2

	вания; б) желаемое состояние предприятия или результат его деятельности, достижимый в пределах некоторого интервала времени; в) план долгосрочных действий предприятия по достижению конкретных долгосрочных целей.		
9.	В число восьми ключевых пространств, в рамках которых предприятие определяет свои цели, П. Друкер включает: а) производительность; б) ресурсы; в) доходность (прибыльность); г) персонал; д) все вышеперечисленное	ПК-4	З.2
10.	Цель 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-4	З.2
11.	По функциональным областям цели делятся на: а) производственные, организационные, инновационные, финансово-экономические; б) конечные и промежуточные; в) экономические и неэкономические; г) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные.	ПК-4	З.2
12.	SMART-анализ целей – это: 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	З.2
13.	К составляющим внешней среды относят: а) мегаокружение; б) микроокружение; в) миниокружение; г) внутреннее окружение. **:**	ПК-5	З.2
14.	К факторам прямого воздействия на организацию относятся: 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	З.2
15.	Анализ микросреды предприятия включает в себя: а) анализ внутренней среды предприятия; б) анализ научно-технических факторов; в) анализ потребителей; г) анализ политических факторов.	ПК-5	З.2
16.	Что является главной целью стратегического анализа внешней среды организации?	ПК-5	З.2

	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.		
17.	К общенаучным методам стратегического анализа относятся методы: а) SWOT; б) PEST; в) системного анализа; г) PIMS.	ПК-5	З.2
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-5	З.2
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-5	З.2
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	З.2
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	З.2
22.	К сильным сторонам предприятия относятся: а) появление новых конкурентов; б) низкие издержки; в) увеличение доходов населения; г) отсутствие четко выраженной стратегии	ПК-4	З.2
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	З.2
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 сто-	ПК-4	З.2

	рон 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.		
25.	Какой из перечисленных ниже методов используется только для анализа макроокружения организации? а) SWOT; б) PEST; в) SNW; г) SMART.	ПК-4	З.2
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-5	З.2
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-5	З.2
28.	Товар-субститут по отношению к рассматриваемому товару является: а) противоположным по назначению; б) заменителем; в) сопутствующим	ПК-5	З.2
29.	По отношению к каким товарам сотовый телефон является товаром-субститутом? а) чехол; б) карта оплаты; в) часы; г) видеокамера.	ПК-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
32.	К слабым сторонам организации относятся: а) высокая рентабельность; б) надежные деловые партнеры; в) неэффективная маркетинговая деятельность; г) банкротство поставщиков.	ПК-4	З.2
33.	Конкурентное преимущество предприятия может быть6 а) открытым и закрытым; б) внешним и внутренним;	ПК-4	З.2

	в) явным и скрытым		
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-5	З.2
35.	Стратегия роста предприятия за счет приобретения контроля над структурами, находящимися между ним и конечным потребителем продукции, называется: а) вперед идущей вертикальной интеграцией; б) обратной вертикальной интеграцией; в) квазиинтеграцией	ПК-4	З.2
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-4	З.2
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-5	З.2
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-5	З.2
39.	Главная стратегия организации называется: а) специфической; б) ключевой; в) генеральной; г) функциональной.	ПК-5	З.2
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-4	З.2
41.	Стратегия, направленная на достижение уникальности в каком-либо аспекте, который ценится потребителем, называется: а) диверсификация; б) дифференциация; в) сегментация; г) интеграция.	ПК-4	З.2
42.	Конкурентная стратегия «дифференциации» базируется на: а) конкурентных преимуществах низкого порядка; б) конкурентных преимуществах высокого порядка; в) конкурентных преимуществах низкого порядка и высокого по-	ПК-4	З.2

	рядка.		
43.	Реализация конкурентной стратегии «дифференциации» эффективна при следующих рыночных условиях: а) спрос на товар высокоэластичен, преобладает ценовая конкуренция; б) товар однородный, стандартный; в) преобладает неценовая конкуренция.	ПК-4	З.2
44.	Маркетинговая стратегия предприятия относится к: а) корпоративным стратегиям; б) конкурентным стратегиям; в) функциональным стратегиям; г) оперативным стратегиям.	ПК-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
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 по-	ПК-4	З.2

	требителей, не зависящих от особенностей отдельных стран; в) стратегию экспортно-импортных операций; г) все вышеперечисленное.		
50.	Стратегические альтернативы обновления: а) это варианты предложения, корректировки ранее принятых стратегий предприятия; 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.	ПК-4	З.2
51.	К критериям выбора наилучшего стратегического варианта относятся: 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-4	З.2
52.	Матрица Ансоффа «товар-рынок»: 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-4	З.2
53.	Реализация стратегии предусматривает: а) активизацию менеджеров всех уровней; б) выделение средств на реализацию стратегии; в) введение передового опыта и достижений науки в процессе реализации стратегии; г) стимулирование выполнения стратегического замысла; д) формирование корпоративной культуры; е) периодическую отчетность о выполнении стратегии.	ПК-4	З.2
54.	Основные условия выполнения стратегии - это: а) формирование квалификационных и перспективных кадров; б) подбор и эффективное использование персонала; в) усиление конкурентных преимуществ фирмы; г) приведение организационной структуры в соответствие со стратегией развития фирмы; д) повышение роли первого руководителя фирмы	ПК-4	З.2
55.	Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие: а) неправильной последовательности действий при их проведении; б) консервативности людей; в) воздействия внешних обстоятельств; г) недостатка ресурсов для осуществления изменений.	ПК-4	З.2
56.	Какие из перечисленных факторов определяют выбор той или иной организационной структуры? а) степень разнообразия деятельности фирмы;	ПК-4	З.2

	б) размер фирмы; в) географическое размещение фирмы; г) технология фирмы; д) отношение со стороны руководителей и сотрудников; е) динамизм внешней среды; ж) все перечисленные факторы		
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-4	З.2
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-5	З.2
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-5	З.2
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-5	З.2
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-5	З.2
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-5	З.2
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;	ПК-5	З.2

	в) колебание экспортных и импортных цен; г) воздействие погодных условий.		
64.	Управление рисками включает: а) качественный анализ факторов риска и их ранжирование; б) количественная оценка степени риска; в) определение допустимого уровня и границ риска; г) все вышеперечисленное	ПК-5	З.2
65.	Выберите способы оценки предпринимательского риска без учета дисконтирования денежных потоков: а) экспертных оценок; б) срок окупаемости инвестиций; в) коэффициент вариации; г) коэффициент корреляции.	ПК-5	З.2
66.	Выберите пути минимизации риска в условиях неопределенности: а) распределение риска между участниками проекта; б) увеличение доли резервных отчислений на непредвиденные обстоятельства; в) страхование возможных потерь; г) все вышеперечисленное.	ПК-5	З.2
67.	Что относится к спекулятивным рискам: а) производственные; б) имущественные; в) финансовые; г) биржевые.	ПК-5	З.2
68.	Инвестиционные риски включают: а) риск упущенной выгоды; б) риск снижения доходности; в) риск прямых финансовых потерь; г) все вышеперечисленное.	ПК-5	З.2
69.	В кризисной экономике роль риска в принятии решений: а) растет, так как растет число нестандартных, смелых решений; б) снижается, так как управление происходит более осторожно и спланировано; в) не меняется по сравнению со стабильной экономической ситуацией; г) все ответы верные.	ПК-5	З.2
70.	Имеются ли различия между понятиями «программа» и «план»: а) программа и план — это, в принципе, одно и то же; б) программа — понятие более широкое, в рамках программы может быть несколько планов; в) план — понятие более широкое, в рамках плана может быть несколько программ; г) программа и план различаются, поскольку используются на разных стадиях.	ПК-5	З.2
71.	Содержание портфельной стратегии включает: а) расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных деятельностей; б) использование технологий по принципу «двойного назначения»; в) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации; г) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы	ПК-4	З.2

	— материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.		
72.	Какая стратегия наиболее привлекательна для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли: а) концентрированного роста; б) интегрированного роста; в) диверсификации; г) сокращения.	ПК-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
78.	Данная стратегическая позиция бизнеса характеризует высококонкурентный бизнес на быстрорастущих рынках, высокие доходы, но и высокие затраты на поддержание лидирующего положения. Речь	ПК-4	З.2

	идет о: а) стратегической позиции «дойная корова»; 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-4	З.2
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-4	З.2
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-4	З.2
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 определенн	ПК-4	З.2
83.	Стратегия маркетинга, производственная стратегия, финансовая стратегия, инновационная стратегия, стратегия управления персоналом, стратегия внешнеэкономической деятельности относятся к группе …… стратегий	ПК-4	З.2
84.	Единство стратегических планов и программ, научность, целенаправленность, экономичность и эффективность, гибкость, создание необходимых условий для реализации стратегии, мотивация персонала представляют собой ……. стратегического менеджмента	ПК-4	З.2
85.	Структурированный иерархический перечень целей организации, в котором цели более низкого уровня подчинены и служат для достижения целей более высокого уровня – это…	ПК-4	З.2

86.	Если организации дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, применяется следующая группа стратегий … роста	ПК-4	З.2
87.	Если организации дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, применяется следующая группа стратегий … роста	ПК-4	З.2
88.	Политические и правовые, экономически, социальные и культурные, природно-географические, технологические факторы представляют собой:	ПК-4	З.2
89.	Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов – это:	ПК-4	З.2
90.	Отдельный сегмент внешнего окружения, на который организация имеет или желает получить выход – это (3 слова)	ПК-4	З.2
91.	Если организации дальше не могут развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли, применяется следующая группа стратегий … роста	ПК-4	З.2
92.	Понятие, раскрывающее смысл существования организации и определяющее сферу ее деятельности — это	ПК-4	З.2
93.	Отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе предполагает стратегия	ПК-4	З.2
94.	Опасность чего-либо, возможность убытка или ущерба, действие наудачу, требующее смелости и предприимчивости в надежде на счастливый исход - это	ПК-5	З.2
95.	Недостаточность сведений об условиях, в которых будет протекать экономическая деятельность, низкая степень предсказуемости - это	ПК-5	З.2
96.	Способ снижения отрицательных последствий наступления рисковых событий, состоящий в том, что предприниматель создает обособленные фонды возмещения убытков за счет части собственных оборотных средств	ПК-5	З.2
97.	Как называется процесс разработки последовательных шагов, направленных на достижение долгосрочных целей, определенных высшим руководством предприятия?	ПК-5	З.2
98.	Вероятность потерь и вероятность того, что эти потери не превысят определенный уровень (рубеж) – это … риска	ПК-5	З.2
99.	Методы компенсации рисков – связаны с созданием механизмов …опасности	ПК-5	З.2
100.	Набор проектов или программ, объединенных вместе с целью эффективного управления и достижения стратегических целей, а также деятельность по их обеспечению – это:	ПК-5	З.2

5.3.2.2. Вопросы для устного опроса

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1.	Сущность понятия «стратегическое управление»	ПК-4	З.2
2.	Главная задача и принципы стратегического управления	ПК-4	З.2
3.	Основные признаки, характеризующие стратегические решения	ПК-4	З.2
4.	Объекты стратегического управления и их взаимосвязь в цикле стратегического управления	ПК-4	З.2
5.	Понятие стратегической бизнес-единицы	ПК-4	З.2
6.	Эволюция стратегического управления: основные этапы и предпосыл-	ПК-5	З.2

	ки		
7.	Стратегическое управление в современных условиях	ПК-5	З.2
8.	Разработка видения и миссии организации	ПК-5	З.2
9.	Разработка системы стратегических целей	ПК-4	З.2
10.	SMART-принцип при разработке целей	ПК-4	З.2
11.	Внешняя среда организации: макро и микроокружение	ПК-4	З.2
12.	Анализ внешней среды организации	ПК-4	З.2
13.	Анализ ситуации в отрасли	ПК-5	З.2
14.	Структура и характеристики внутренней среды организации	ПК-4	З.2
15.	Анализ внутренней среды организации	ПК-5	З.2
16.	Стратегии концентрированного роста	ПК-5	З.2
17.	Стратегии диверсифицированного роста	ПК-5	З.2
18.	Стратегии интегрированного роста	ПК-5	З.2
19.	Стратегии сокращения	ПК-5	З.2
20.	Использование методики PEST для анализа внешней среды	ПК-4	З.2
21.	Характеристика SWOT-анализа. Возможности использования для принятия стратегических решений	ПК-4	З.2
22.	Методика построения матрицы SWOT	ПК-4	З.2
23.	Понятие конкурентоспособности фирмы. Основные типы конкурентных стратегий	ПК-4	З.2
24.	Модель пяти сил конкуренции	ПК-4	З.2
25.	Оценка силы влияния поставщиков на уровень конкуренции в отрасли	ПК-4	З.2
26.	Оценка силы влияния покупателей на уровень конкуренции в отрасли	ПК-5	З.2
27.	Стратегический выбор: набор альтернатив, критерии оценки и выбора	ПК-5	З.2
28.	Методика применения и особенности матрицы БКГ	ПК-5	З.2
29.	Методика оценки привлекательности отрасли И. Ансоффа	ПК-4	З.2
30.	Маркетинговая стратегия организации	ПК-4	З.2
31.	Стратегия управления персоналом	ПК-4	З.2
32.	Финансовая стратегия организации	ПК-4	З.2
33.	Инновационная стратегия организации	ПК-4	З.2
34.	Производственная стратегия организации	ПК-5	З.2
35.	Зависимость используемых предприятием видов стратегий от его конкурентной позиции на рынке. Виолентные, патиентные, комутантные и эксплерентные стратегии	ПК-4	З.2
36.	Управление путем ранжирования стратегических задач	ПК-4	З.2
37.	Управление посредством выбора стратегических позиций	ПК-5	З.2
38.	Управление в условиях стратегических неожиданностей	ПК-5	З.2
39.	Управление по слабым и сильным сигналам	ПК-5	З.2
40.	Содержание, принципиальные особенности и сферы применения основных моделей стратегического выбора	ПК-4	З.2

5.3.2.3. Задачи для проверки умений и навыков

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Распределите факторы макроокружения по группам: экономические, политические, правовые, социальные, технологические, внешнеэкономические. • ставка рефинансирования; • политическая поддержка региона; • уровень безработицы; • демографическая ситуация;	ПК-4	У.2

	• экономический рост; • внедрение новых технологий; • антимонопольное регулирование экономики; • рост таможенных тарифов; • уровень налогообложения; • права потребителей; • политическая стабильность в стране.		
2	Проанализируйте информацию о непосредственном окружении фирмы и определите источники силы а) клиентов; б) поставщиков: • на рынке доминирует один покупатель; • выпуск фирмой стандартной, однородной продукции; • длительное сотрудничество с одним поставщиком; • наличие товаров-заменителей; • наличие выбора продавца; • большие затраты фирмы по переключению на другого контрагента; • информационная осведомленность; • наличие опыта в системе закупок; • высокая значимость поставок для фирмы.	ПК-4	У.2
3	Напишите эссе на тему «Может ли организация работать эффективно, не используя инструменты стратегического управления?»	ПК-5	Н.2
4	Из числа приведенных ниже управленческих решений выделите стратегические. При каких условиях все перечисленные решения будут стратегическими? а) решение собственников предприятия о смене руководства; б) решение руководства предприятия расширить ассортимент выпускаемой продукции; в) решение руководства предприятия расширить номенклатуру выпускаемой продукции; г) решение Правительства РФ досрочно погасить внешний долг; д) решение Банка России снизить ставку рефинансирования на 1 п.п.	ПК-5	У.2
5	При разработке стратегии развития организации некоторые управленцы считают самым надежным критерием успешности деятельности организации прибыль или коэффициенты, ее характеризующие; норму рентабельности, доход в расчете на акцию, норму возврата инвестиций и т.д. Поэтому никакие другие критерии для оценки успешной деятельности организации не нужны. Согласны ли Вы с такой точкой зрения? Способствует ли выбранная система критериев выработке эффективной стратегии развития организации?	ПК-4	У.2
6	Стратегия изменений в организации вызвана нестабильностью и сложностью внешней среды. Какую модель для реорганизации организационной структуры вы выберете в этих условиях и почему?	ПК-5	Н.2
7	Для каждой ситуации определите тип конкурентной стратегии организации. 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 разделывают туши на мелкие части, фасуют их и отправляют для продажи в мелкие магазины. Компания построила автоматизированные предприятия, использующие рабочих, не состоящих в	ПК-4	У.2

	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. 2. Стратегия организации направлена на удовлетворение нужд потребителей за счет предоставления им большей гаммы товаров по ценам более низким, чем на аналогичную продукцию конкурентов.		
8	Какие функциональные стратегии и их виды могут быть актуальны для следующих организаций: 1) новая сеть магазинов бытовой техники пытается проникнуть на рынок, используя стратегию дифференциации персонала; 2) производитель металлических труб пытается стать лидером на российском рынке металлопроката; 3) научно-производственная компания «Фарм-био» приступила к производству не имеющей аналогов биологически активной добавки	ПК-4	Н.2

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

Компетенция ПК-4 Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами			
Индикаторы достижения компетенции ПК-4		Номера вопросов и задач	
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену
З.2	**Знать** сущность и правила разработки стратегии организации и основы процесса управления реализацией стратегии	1-35	
У.2	**Уметь** проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды организации и осуществлять выбор стратегии ее развития		2,4,5
Н.2	**Иметь навыки** разработки стратегии организации и управления стратегическими изменениями		3,6
Компетенция ПК-5 Способен реализовывать функции планирования, координирования и нормативного обеспечения интегрированной комплексной деятельности подразделений по управлению рисками в соответствии со стратегическими целями организации			
З.2	**Знать** функции и методы стратегического управления	36-40	
У.2	**Уметь** использовать методы и инструменты стратегического управления		7
Н.2	**Иметь навыки** разработки программ и проектов для реализации стратегии организации		1,8

5.4.2. Оценка достижения компетенций в ходе текущего контроля

Компетенция ПК-4 Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами				
Индикаторы достижения компетенции ПК-4		Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	тесты	вопросы для устного опроса	задачи для проверки умений и навыков
З.2	**Знать** сущность и правила разработки стратегии организации и основы процесса управления реализацией стратегии	1-5,9-12, 14, 20-25, 29-33,35,36,40-57, 71-93	1-5, 9-12, 14, 20-25, 29-33, 35,36,40	
У.2	**Уметь** проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды организации и осуществлять выбор стратегии ее развития			1,2,5,7
Н.2	**Иметь навыки** разработки стратегии организации и управления стратегическими изменениями			2,8
Компетенция ПК-5 Способен реализовывать функции планирования, координирования и нормативного обеспечения интегрированной комплексной деятельности подразделений по управлению рисками в соответствии со стратегическими целями организации				
Индикаторы достижения компетенции ПК-5		Номера вопросов и задач		
З.2	**Знать** функции и методы стратегического управления	6-8, 13, 15-19, 26-28, 34, 37-39, 58-70, 94-100	6-8, 13, 15-19, 26-28, 34, 37-39	
У.2	**Уметь** использовать методы и инструменты стратегического управления			4
Н.2	**Иметь навыки** разработки программ и проектов для реализации стратегии организации			3,6

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	Баринов В. А. Стратегический менеджмент [электронный ресурс]: Учебное пособие / В. А. Баринов, Д. Ю. Бусалов - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021 - 294 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=384002	-
	Егоршин А. П. Эффективный менеджмент организации [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. П. Егоршин - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021 - 388 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=368594	-
	Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы [электронный ресурс]: Справочная литература / Ф. Котлер, Р. Бергер, Н. Бикхофф, И. Матвеева; Европейская высшая школа дистанционного обучения Гамбург - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016 - 132 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=333580	-
	Маркова В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений [электронный ресурс]: Справочная литература / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021 - 320 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=398563	-
	Панов А. И. Стратегический менеджмент [электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (080100) «Экономика и управление»: Учебное пособие / А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017 - 303 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=341714	-
	Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [электронный ресурс]: Учебник для вузов: Учебник / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд, Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017 - 576 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=341675	-
2.2. Методические издания	Стратегическое управление [Электронный ресурс]: методические указания по освоению дисциплины и самостоятельной работе обучающихся по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность специализация "Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности" / Воронежский госу-	1

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1	2	3
	дарственный аграрный университет, Экономический факультет, Кафедра управления и маркетинга в АПК ; [сост. И. Ю. Федулова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2022 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m7315.pdf	
2.3. Периодические издания	АПК : экономика, управление: ежемесячный теоретический и научно-практический журнал - Москва: Агропромиздат, 1988-	1
	Менеджмент в России и за рубежом: журнал: 16+ - Москва: Финпресс, 1998-	1
	Стратегии бизнеса, 2019, том 7, № 10 [электронный ресурс]: электронный научно-экономический журнал: Журнал - Санкт-Петербург: ООО «Издательский дом «Реальная экономика», 2019 - 30 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=390631	

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	Национальная электронная библиотека (НЭБ	https://rusneb.ru/
4	E-library	https://elibrary.ru/
5	Электронная библиотека ВГАУ	http://library.vsau.ru/

6.2.2. Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Адрес доступа
1	Единая межведомственная информационно-статистическая система	https://fedstat.ru/
2	База данных показателей муниципальных образований	http://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm
3	База данных ФАОСТАТ	http://www.fao.org/faostat/ru/
4	Портал открытых данных РФ	https://data.gov.ru/
5	Портал государственных услуг	https://www.gosuslugi.ru/
6	Единая информационная система в сфере закупок	http://zakupki.gov.ru
7	Электронный сервис "Прозрачный бизнес"	https://pb.nalog.ru
8	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://www.consultant.ru/
9	Справочная правовая система Гарант	http://ivo.garant.ru
10	Аграрная российская информационная система.	http://www.aris.ru/
11	Информационная система по сельскохозяйственным наукам и технологиям	http://agris.fao.org/

6.2.3. Сайты и информационные порталы

Не предусмотрены.

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

7.1. Помещения для ведения образовательного процесса и оборудование

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	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)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, используемое программное обеспечение: MS Windows; Office MS Windows / Open Office; Adobe Reader / DjVu Reader; Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer; DrWeb ES; 7-Zip; Media Player Classic	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения учебных занятий: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютеры в аудитории с выходом в локальную сеть и Интернет; доступ к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс»; электронные учебно-методические материалы; видеопроекционное оборудование для презентаций; используемое программное обеспечение: MS Windows; Office MS Windows / Open Office; Adobe Reader / DjVu Reader; Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer; DrWeb ES; 7-Zip; Media Player Classic	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения учебных занятий: для текущего контроля и промежуточной аттестации: 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, используемое программное обеспечение: MS Windows; Office MS Windows / Open Office; Adobe Reader / DjVu Reader; Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer; DrWeb ES; 7-Zip; Media Player Classic, AST Test	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения учебных занятий: для групповых и индивидуальных консультаций: комплект учебной мебели, компьютеры, принтеры, сканер, используемое программное обеспечение: MS Windows; Office MS Windows / Open Office; Adobe Reader / DjVu Reader; Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer; DrWeb ES; 7-Zip; Media Player Classic	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, ис-	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, ауд. 113, 115, 116, 119 120, 122, 123а, 126, 219, 220, 224, 241, 273 (с

пользуемое программное обеспечение: MS Windows; Office MS Windows / Open Office; Adobe Reader / DjVu Reader; Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer; DrWeb ES; 7-Zip; Media Player Classic	16.00 до 20.00)
Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение: MS Windows; Office MS Windows / Open Office; Adobe Reader / DjVu Reader; Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer; DrWeb ES; 7-Zip; Media Player Classic	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, ауд. 232 а

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 Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Microsoft Edge	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 MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	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	Подпись заведующего кафедрой
Управление организацией (предприятием)	управления и маркетинга в АПК	
Управление проектами	управления и маркетинга в АПК	

Приложение 1

Лист изменений рабочей программы

Номер изменения	Номер протокола заседания кафедры и дата	Страницы с изменениями	Перечень откорректированных пунктов	Подпись заведующего кафедрой

Приложение 2

Лист периодических проверок рабочей программы и информация о внесенных изменениях

Должностное лицо, проводившего проверку: Ф.И.О., должность, подпись	Дата	Потребность в корректировке	Перечень пунктов, страниц, разделов, требующих изменений
Зав. кафедрой Закшевская Е.В.	Протокол №10 от 28.05.2025 г.	Рабочая программа актуализирована на 2025-2026 учебный год	