

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Забайкальский аграрный институт – филиал ФГБОУ ВО
«Иркутская государственная аграрная академия имени А.А.Ежевского»

Факультет Экономический
Кафедра экономики и менеджмента

Л.П.Слепышева

Стратегический менеджмент
Методические указания и задания
для выполнения самостоятельной и контрольной работы
для студентов заочной формы обучения
Экономического факультета по направлению подготовки
38.03.02 – «Менеджмент»

Чита. 2018

УДК 330

ББК 65.01

М 54

Методические указания и задания для выполнения самостоятельной и контрольной работы для студентов заочной формы обучения экономического факультета по направлению 38.03.02 – «Менеджмент».

Составитель: ст. преподаватель Слепышева Л.П.

Рецензент: к.э.н., доцент Н.В. Шнаркина

Рассмотрено на заседании кафедры экономика ЗабАИ и рекомендовано к изданию «15» января 2018 г. протокол № 1

Утверждено Методической комиссией экономического факультета ЗабАИ «31» января 2018 г., протокол № 11

Методические указания предназначены для студентов заочного обучения и предусматривают освоение курса знаний теоретического и прикладного характеров. В методических указаниях определены цель и задачи выполнения контрольной работы, требования к содержанию, структуре и оформлению.

Методические указания соответствуют требованиям ФГОС ВО и примерной учебной программе дисциплины: по направлению 38.03.02 – «Менеджмент».

© Л.П. Слепышева, 2018

© ЗабАИ, 2018

Пояснительная записка

Методические указания и задания для выполнения самостоятельной и контрольной работы составлены в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования.

Контрольную работу по дисциплине «Стратегический менеджмент» выполняют студенты заочной формы обучения по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Производственный менеджмент (отрасли АПК)».

Основной целью является систематизация и закрепление знаний полученных в процессе теоретического изучения стратегического менеджмента.

Задачи дисциплины: формирование теоретических и практических знаний в области стратегического менеджмента; сформировать у студентов чёткое понимание роли стратегического менеджмента в решении актуальных задач, стоящих перед современной экономикой в России.

Целью выполнения контрольной работы является проверка и оценка полученных студентами теоретических знаний и практических навыков по дисциплине.

Контрольная работа выполняется студентом самостоятельно, в сроки, предшествующие очередной учебной сессии. Работа должна быть сдана на кафедру и зарегистрирована не позднее, чем за три дня до начала экзамена.

Содержание

1. Цели, задачи и требования к результатам освоения дисциплины	6
2. Место дисциплины в структуре ОП	6
3. Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины	7
4. Структура дисциплины	9
5. Содержание дисциплины	10
6. Образовательные технологии	17
7. Перечень вопросов для проведения итогового контроля успеваемости	17
8. Методические указания для самостоятельного изучения дисциплины	19
9. Порядок выполнения и оформления работы	26
10. Список рекомендуемой литературы	35

Введение

Курс « Стратегический менеджмент» является обязательным компонентом. Изучение данной дисциплины предусмотрено ФГОС ВПО с обязательным минимумом содержания дисциплины « Стратегический менеджмент»и Учебного плана по направлению 38.03.02 – «Менеджмент».

Глубокое осмысление современного экономического развития невозможно без знания современного стратегического менеджмента и практики хозяйствования современного общества. Эти знания позволяют студентам приобрести определенную эрудицию и свободно ориентироваться в проблемах экономики для будущей профессиональной деятельности.

В настоящем курсе рассматриваются общие вопросы стратегического менеджмента, а также проблемы рыночной экономики. Без понимания происходящих на общенациональном уровне экономических процессов в современную эпоху также трудно сориентироваться в реальной жизни, как и без знания стратегического менеджмента.

Важнейшей задачей курса «Стратегический менеджмент» является выработка целостного экономического мышления у студентов с тем, чтобы применять полученные знания в этой области в своей практической деятельности.

Изучается на третьем курсе. Полученные знания являются основой для дальнейшего изучения экономических дисциплин.

1. Цели, задачи и требования к результатам освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» является формирование у бакалавров системных теоретических и практических знаний в области разработки и реализации стратегии управления организациями АПК в условиях постоянных изменений внешней среды, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки «Менеджмент».

Задачи дисциплины:

- изучить основы, содержание и элементы стратегического управления с учетом условий рыночной экономики и общественных преобразований;
- ознакомить студентов с основными методами анализа макро- и микросреды организации, оценкой конкурентоспособности и прогнозирования экономической конъюнктуры;
- ознакомить с основами формирования конкурентных и портфельных стратегий;
- выработать навыки анализа ситуации в отрасли;
- выработать навыки разработки стратегических альтернатив, выбора и оценки стратегии организации.
- сформировать у студентов знания стратегического менеджмента, базирующиеся на современных научных подходах к управлению;
- развить у обучающихся творческое отношение к отечественному и мировому опыту стратегического управления.

Результатом освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» является овладение бакалаврами по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент следующих видов профессиональной деятельности:

- а) организационно-управленческая, **ОПК-3, ПК-1, ПК-3**
- б) информационно-аналитической, **ОПК-3, ПК-1, ПК-3**
- в) предпринимательская; **ОПК-3, ПК-1, ПК-3**

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Стратегический менеджмент» включена в базовую часть профессионального цикла ФГОС ВО по направлению подготовки «Менеджмент» (квалификация «бакалавр»). Изучение «Стратегического

менеджмента» базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Правовое регулирование профессиональной деятельности». В свою очередь «Стратегический менеджмент» является основой для изучения таких последующих дисциплин, как «Организация предпринимательской деятельности», «Коммерческая деятельность», «Маркетинг», Дисциплина изучается на 3 курсе.

Компетенции студента, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть знаниями, умениями и навыками в целях приобретения следующих компетенций: представленных в таблице 1.

Таблица 1 - Требования к результатам освоения учебной дисциплины

Трудовое действие	Наименование компетенции, необходимой для выполнения трудового действия (планируемые результаты освоения ОП)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
Общепрофессиональные компетенции		
	ОПК-3 – способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	В области знания и понимания (А)
Знать: организационные структуры и стратегии управления человеческими ресурсами организаций		
В области интеллектуальных навыков (В)		
Уметь: проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций		
В области практических умений (С)		
Владеть: способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия		
Профессиональные компетенции		
Обобщенная трудовая функция		

	<p>ПК-1 – владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p>	<p>В области знания и понимания (A) Знать: теорию мотивации и этику делового общения</p> <p>В области интеллектуальных навыков (B) Уметь: Организовывать и проводить деловые переговоры</p> <p>В области практических умений (C) Владеть: способностью поддержания долгосрочных отношений с клиентами, организации групповой работы</p>
<p>Трудовое действие –</p>	<p>ПК-3 – владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>В области знания и понимания (A) Знать: Передовой отечественный и зарубежный опыт в сфере стратегического анализа, в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>В области интеллектуальных навыков (B) Уметь: Формировать обоснованные выводы по результатам информации, полученной в процессе проведения стратегического анализа экономического субъекта. Вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта</p> <p>В области практических умений (C) Владеть: методами стратегического анализа исходя из целей и перспектив развития экономического субъекта Знать: стратегии и тактики в области экономической политики</p>

		субъекта
		В области интеллектуальных навыков (В)
		Уметь: Вырабатывать стратегии по корректировке управленческих решений
		В области практических умений (С)
		Владеть: методами постановки стратегических целей и перспектив развития экономического субъекта

4. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часов – 4 з.е.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц
		всего
Общая трудоемкость дисциплины	144/4	144/4
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	16	16
в том числе:		
Лекции (Л)	6	6
Семинарские занятия (СЗ)	10	10
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа:	124	124
Реферат (Р)		
Эссе (Э)	-	-
Контрольная работа		
Самостоятельное изучение разделов	60	60
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	64	64
Подготовка и сдача зачета с оценкой	4	4

5. Содержание дисциплины (модуля)

Таблица 3 - Разделы дисциплины и виды занятий

№ п / п	модуль	Раздел дисциплины Тема	курс	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
					Лекции (Л)	Практ (ПР)	Самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7	9	10
1	Раздел I. Сущность и основные концепции современных	Тема № 1. Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления.	3	Согласно расписания	2		7	Устный опрос, реферат, Контрольная работа
		Тема № 2. Основные школы современного стратегического менеджмента:	3			2	7	
		Тема 3. Формирование стратегического видения и миссии организации.	3				8	
2	Раздел II. Формирование	Тема № 4. Управленческая стратегия: формирование и реализация.	3		2		7	
		Тема № 5. Организация стратегического планирования	3			2	8	
3	Раздел III. Стратегический анализ и конкурентные преимущества	Тема №6. Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании	3		2		7	
		Тема № 7. Стратегический анализ конкурентной позиции компании	3				8	
		Тема № 8. Стратегический анализ конкурентного поведения компании	3				8	
		Тема № 9. Стратегический анализ рыночного положения компании посредством матриц SWOT, PEST, БКГ.	3			2	8	
		Тема № 10. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании	3				8	

		посредством матриц Мак-Кинси и «Шелл».					
Раздел IV. Стратегии компании.	Функциональные	Тема №11. Производственные функциональные стратегии.	3			8	
		Тема № 12. Финансовые функциональные стратегии.	3			8	
		Тема. № 13. Маркетинговые функциональные стратегии.	3			8	
		Тема №14. Кадровые функциональные стратегии.	3			8	
		Тема № 15. Стратегическое управление компанией в различных отраслях экономики	3		2	8	
		Тема 16. Стратегические альянсы и совместные предприятия за рубежом.	3		2	8	
		итого	3	16	6	10	124

4. Тематическое содержание дисциплины

Раздел I. Сущность и основные современные концепции стратегического менеджмента

Тема 1. Введение в стратегический менеджмент. Сущность и процесс стратегического менеджмента.

Общая структура курса. Предмет и задачи курса. Стратегические проблемы развития АПК и предпосылки развития стратегического управления на его предприятиях.

Понятие стратегического менеджмента. Этапы развития стратегического менеджмента и их характеристика Объекты стратегического управления. Основные функции стратегического управления. Уровни стратегического управления. Краткосрочная и долгосрочная стратегии организации.

Признаки хорошего менеджмента. Пять задач стратегического менеджмента: формулировка стратегического видения и миссии; постановка целей; разработка стратегии; реализация стратегии; оценка деятельности, отслеживание изменений и корректировка. Кто и как разрабатывает стратегию.

Тема № 2. Основные школы современного стратегического менеджмента

Школа дизайна: формирование стратегии как процесс осмысления. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс.

Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс.

Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения. Когнитивная школа: формирование стратегии как ментальный процесс. Школа обучения: формирование стратегии как развивающийся процесс. Школа власти: формирование стратегии как процесс ведения переговоров. Школа культуры: формирование стратегии как коллективный процесс. Школа внешней среды: формирование стратегии как реактивный процесс. Школа конфигурации: формирование стратегии как процесс трансформации.

Тема 3. Формирование стратегического видения и миссии организации.

Миссия: исходный пункт формирования стратегического видения. Миссия организации и функциональных подразделений.

От миссии к стратегическому видению. Значение стратегического видения. Творческий подход к формированию стратегического видения.

Раздел II. Формирование стратегии и планирование стратегического управления

Тема № 4. Управленческая стратегия: формирование и реализация.

Понятие управленческой стратегии. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи. Генеральные, корпоративные, конкурентные, функциональные, операционные стратегии. Типы стратегий. Содержание стратегии как документа. Стратегические решения. Стратегическое прогнозирование. Процесс формирования стратегий. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус. Реализация стратегии.

Тема № 5. Организация стратегического планирования.

Сущность и содержание планирования как функции менеджмента. Специфика и виды стратегического планирования. Цикл и методы стратегического планирования. Типы плановых структур. Методология стратегического планирования: сущность и содержание, логика, принципы. Методы, формы и показатели стратегического планирования:

Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов. Формы реализации стратегического планирования. Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования. Взаимосвязь стратегического планирования, целевого программирования и бюджетирования. Бизнес-план как форма оперативно-тактического планирования. Проекты как форма оперативного планирования

Раздел III. Стратегический анализ. Конкурентные преимущества и стратегическое позиционирование компании

Тема 6. Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании

Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности корпорации. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность корпорации.

Тема № 7. Стратегический анализ конкурентной позиции компании

Конкурентная позиция компании: фирмы–лидеры, фирмы–последователи лидера с сильной позицией, фирмы–последователи лидера со слабой позицией, фирмы- аутсайдеры с кризисной позицией. Основные стратегические позиции компании в зависимости от ее положения на рынке.

Тема № 8. Стратегический анализ конкурентного поведения компании

Конкурентное поведение компании. Виды, типы и характеристика конкурентных позиций. Алгоритм оценки конкурентной позиции. Основные виды и типы стратегического конкурентного позиционирования компании. Наступательные, оборонительные и смешанные стратегические позиции компании.

Тема № 9. Стратегический анализ рыночного положения компании посредством матриц SWOT, PEST, БКГ.

Ситуационный анализ. Стратегический анализ основных компонентов внутренней (миниэкономической) среды фирмы и внешней (микроэкономической) среды. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *PEST-анализа*. Факторы политики, экономики, технологий, социума в системе PEST-анализа. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *SWOT-анализа*. Факторы сильных и слабых сторон внутренней среды фирмы, угроз и возможностей её внешней среды в системе SWOT-анализа.

Понятие, сущность, предназначение и общая схема реализации стратегического портфельного анализа компании. *Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ)* как метод оценки позиции фирмы на рынке. Показатели матрицы классификации предприятий на рынке: относительная доля рынка и темпы роста отраслевого рынка. Гипотезы матрицы БКГ. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Звезды», «Дойные коровы», «Собаки», «Знаки вопроса». Желательная последовательность развития производства и реализации товаров фирмой. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя», «Неудачи», «Перманентной посредственности». Достоинства и недостатки матрицы БКГ.

Тема 10. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матриц Мак-Кинси и «Шелл».

Портфельная матрица Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы. Показатели матрицы: привлекательность отрасли и стратегическая конкурентоспособность бизнес-единицы. Основные стратегические альтернативы матрицы: «удержать позицию», «улучшить позицию», «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать». Алгоритм матрицы McKinsey–GE.

Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл». Показатели матрицы: привлекательность отрасли и стратегическая конкурентоспособность бизнес-единицы компании. Основные стратегические альтернативы матрицы.

Раздел IV. Функциональные стратегии компании.

Тема 11. Производственные функциональные стратегии.

Производственные функциональные стратегии. *Стратегии размещения и специализации производства:* приближение к дешевым источникам сырья, приближение к дешевой рабочей силе, приближение к районам сбыта, размещение с учетом жесткости экологических требований, размещение с учетом социально-политической стабильности. *Ресурсные стратегии:* привлечения ресурсов, сохранения ресурсов. *Стратегии прибыли:* максимизации сверхприбыли, оптимизации убытков. *Стратегии качества:* прорыва и непрерывного совершенствования. Стратегия и техническая политика предприятия. *Стратегии управления технологическим развитием:* глобального центра, полицентризма, распределенного технологического развития, интегрированного технологического развития. *Стратегии управления НИОКР:* наступательная (разработка новых технологий), защитная (усовершенствование имеющихся конкурентных технологий), поглощающая (приобретений лицензий), разбойничья (захват чужих технологий).

Тема 12. Финансовые функциональные стратегии.

Стратегии управления финансами компании: виды, типы, особенности. Стратегии управления долгосрочными финансовыми операциями. Стратегическое финансовое планирование. Стратегии привлечения финансовых средств. Стратегии инвестирования. Стратегии управления текущими финансовыми операциями и обеспечения финансовой устойчивости фирмы. Стратегии управления дебиторской задолженностью. Стратегии управления издержками. Стратегии выплаты дивидендов. Стратегии финансовых инвестиций. Стратегии защиты от финансовых рисков.

Тема 13. Маркетинговые функциональные стратегии.

Место маркетинга в стратегическом управлении компанией. Виды маркетинга. Основные концепции маркетинга. Стратегии управления

маркетингом. Функции стратегического маркетинга. Стратегия и тактика управления маркетингом. Маркетинговые стратегии управления жизненным циклом товара. Маркетинговые стратегии управления товародвижением. Маркетинговые стратегии ценообразования. Маркетинговые стратегии воздействия на потребителей.

Тема. 14. Кадровые функциональные стратегии.

Общее понятие стратегии управления персоналом. Внешние и внутренние факторы формирования стратегии управления персоналом. Кадровые функциональные стратегии. Стратегии привлечения и отбора персонала. Стратегии развития персонала. Стратегии перемещения персонала. Стратегии регулирования занятости на предприятии.

Тема. № 15. Стратегическое управление компанией в различных отраслях. Отрасли экономики.

Фаза инновационного зарождения жизненного цикла отрасли и особенности динамики зарождающихся отраслей. Особенности, преимущества и проблемы развивающихся отраслей. Проблемы, ограничивающие развитие зарождающихся отраслей. Специфика рынков новых продуктов на раннем и последующих этапах. *Стратегическое управление компаниями в зарождающихся (инновационных) отраслях. Базовые стратегии компании в развивающихся отраслях:* наступательные, оборонительные, имитационные. Стратегии «снятия сливок» и «цен прорыва». Стратегии *инновационного* продвижения на новый рынок - наступательная, выжидательная, промежуточная стратегии. Стратегии освоения новаций – опоры на собственные силы, кооперации с партнерами, закупки новинок. Основные типы инновационного конкурентного поведения фирмы: виолентное, пациентное, эксплерентное, коммутантное.

Фаза стабильности жизненного цикла отрасли и особенности динамики зрелых стабильных отраслей. Изменения в отрасли в период её перехода от фазы зарождения к фазе зрелости. Стратегическая дилемма, обостряемая нарастанием зрелости отрасли. Особенности, преимущества и проблемы зрелых отраслей. *Стратегическое управление компаниями в зрелых отраслях.* Особенности, источники, конкурентных преимуществ и проблемы зрелых отраслей. Специфика конкурентных стратегий компаний в зрелых отраслях экономики. Стратегические ловушки переходного периода отрасли. Организационные последствия зрелости отрасли.

Тема 16. Стратегические альянсы и совместные предприятия за рубежом.

Риски стратегических альянсов с зарубежными партнерами. Эффективность стратегических союзов с зарубежными партнерами. Конкуренция на рынках развивающихся стран.

Таблица 5 – Матрица формирования компетенций по дисциплине

Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	ОПК-3	ПК-1	ПК-3	ПК-5
Тема № 1. Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления.	+			
Тема № 2. Основные школы современного стратегического менеджмента.	+			
Тема 3. Формирование стратегического видения и миссии организации.	+	+	+	+
Тема № 4. Управленческая стратегия: формирование и реализация.	+	+	+	+
Тема № 5. Организация стратегического планирования	+	+	+	+
Тема №6. Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании	+	+	+	+
Тема № 7. Стратегический анализ конкурентной позиции компании	+	+	+	+
Тема № 8. Стратегический анализ конкурентного поведения компании	+	+	+	+
Тема № 9. Стратегический анализ рыночного положения компании посредством матриц SWOT, PEST, БКГ.	+	+	+	+
Тема № 10. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матриц Мак-Кинси и «Шелл».	+	+	+	+
Тема №11. Производственные функциональные стратегии.	+	+	+	+
Тема № 12. Финансовые функциональные стратегии.	+	+	+	+
Тема. № 13. Маркетинговые функциональные стратегии.	+	+	+	+
Тема №14. Кадровые функциональные стратегии.	+	+	+	+
Тема № 15. Стратегическое управление компанией в различных отраслях экономики	+	+	+	+
Тема 16. Стратегические альянсы и совместные предприятия за рубежом.	+	+	+	+

6. Образовательные технологии

Таблица 6 - Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

курс	Вид занятия (Л, ПР.)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
3	Л	Презентация,	2
Итого:			2

7. Перечень вопросов для проведения итогового контроля успеваемости (Зачет с оценкой) ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5:

1. Понятие стратегического менеджмента.
2. Основные отличия стратегического менеджмента от оперативного.
3. Исторические предпосылки возникновения стратегического менеджмента.
4. Этапы развития стратегического менеджмента.
5. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.
6. Школа дизайна: формирование стратегии как процесс осмысления.
7. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс.
8. Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс.
9. Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.
10. Понятие управленческой стратегии. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей.
11. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации.
12. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи.
13. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус.
14. Процесс формирования стратегий.
15. Реализация стратегии.
16. Сущность и содержание планирования как функции менеджмента.
17. Специфика и виды стратегического планирования.

18. Цикл и методы стратегического планирования. Типы плановых структур.
19. Формы реализации стратегического планирования.
20. Проекты как форма оперативного планирования, нацеленного на реализацию стратегии.
21. Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности компании.
22. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании.
23. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность компании.
24. Позиционный анализ. Алгоритм оценки конкурентной позиции.
25. Позиционная оценка фирмы–лидеры.
26. Позиционная оценка фирмы- аутсайдеры с кризисной позицией.
27. Понятие и сущность анализа позиционного поведения компании в рыночной экономике.
28. Виды, типы и общая характеристика конкурентных позиций.
29. Наступательные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
30. Оборонительные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
31. Смешанные стратегические позиции компании.
32. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ.
33. Портфельная матрица Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.
34. Достоинства и недостатки матрицы McKinsey–GE.
35. Стратегическое управления производственным потенциалом компании: сущность, виды, типы, особенности.
36. Производственные функциональные стратегии размещения и специализации производства:
37. Производственные ресурсные функциональные стратегии: привлечения ресурсов, сохранения ресурсов.
38. Производственные функциональные стратегии прибыли.
39. Производственные функциональные стратегии качества.
40. Стратегии привлечения финансовых средств.
41. Стратегии финансовых инвестиций.

42. Стратегии управления дебиторской и кредиторской задолженностью.
43. Стратегии управления издержками.
44. Стратегии выплаты дивидендов.
45. Стратегии защиты от финансовых рисков.
46. Маркетинговые функциональные стратегии управления жизненным циклом товара.
47. Маркетинговые функциональные стратегии управления товародвижения.
48. Маркетинговые функциональные стратегии ценообразования.
49. Маркетинговые функциональные стратегии воздействия на потребителей.
50. Кадровые функциональные стратегии привлечения и отбора, развития персонала.
51. Кадровые функциональные стратегии регулирования занятости на предприятии.
52. Стратегии инновационного продвижения на новый рынок - наступательная, выжидательная, промежуточная стратегии.
53. Стратегическое управление компаниями в зарождающихся (инновационных) отраслях.
54. Базовые стратегии компании в развивающихся отраслях: наступательные, оборонительные, имитационные.
55. Стратегии освоения новаций – опоры на собственные силы, кооперации с партнерами, закупки новинок.
56. Фаза спада жизненного цикла отрасли и особенности динамики стагнирующих отраслей. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы нарастания кризисного развития организации.
57. Структурные факторы конкуренции на этапе спада отрасли. Барьеры выхода из отрасли в период её спада.
58. Важнейшие особенности, конкурентные преимущества и стратегические проблемы стагнирующих отраслей.
59. Особенности стратегического управления компаниями в отраслях, переживающих спад.
60. Стратегические альтернативы конкурентного поведения компаний в период отраслевого спада.

8. Методические указания для самостоятельного изучения дисциплины

Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления. Основные корпоративные структуры.

Вопросы:

61. Понятие стратегического менеджмента.
62. Основные отличия стратегического менеджмента от оперативного.
63. Исторические предпосылки возникновения стратегического менеджмента.
64. Этапы развития стратегического менеджмента.
65. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.

Реферативные доклады:

- Жесткие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
- Мягкие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
- Стратегические бизнес-единицы (хозяйственные подразделения) и стратегические зоны хозяйствования корпоративных структур.

Основные школы современного стратегического менеджмента

Вопросы:

1. Школа дизайна: формирование стратегии как процесс осмысления.
2. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс.
3. Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс.
4. Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.

Реферативные доклады:

- Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.
- Когнитивная школа: формирование стратегии как ментальный процесс.
- Школа обучения: формирование стратегии как развивающийся процесс.
- Школа власти: формирование стратегии как процесс ведения переговоров.
- Школа культуры: формирование стратегии как коллективный процесс.

- Школа внешней среды: формирование стратегии как реактивный процесс.
- Школа конфигурации: формирование стратегии как процесс трансформации.

Управленческая стратегия: формирование и реализация.

Вопросы:

1. Понятие управленческой стратегии. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей.
2. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации.
3. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи.
4. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус.
5. Процесс формирования стратегий.
6. Реализация стратегии.

Реферативные доклады:

- Виды и типы стратегий. Содержание стратегии как документа.
- Стратегические решения.
- Стратегическое прогнозирование.

Организация стратегического планирования.

Вопросы:

1. Сущность и содержание планирования как функции менеджмента.
2. Специфика и виды стратегического планирования.
3. Цикл и методы стратегического планирования. Типы плановых структур.
4. Формы реализации стратегического планирования.
5. Проекты как форма оперативного планирования, нацеленного на реализацию стратегии.

Реферативные доклады:

- Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов.
- Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования.
- Бизнес-план как форма оперативно-тактического планирования.

Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании

Вопросы:

1. Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности компании.
2. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании.
3. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность компании.
4. Интеграция, дифференциация и структуризация корпоративного бизнеса: формы и виды.

Реферативные доклады:

- Стратегии корпоративных организаций и образований как результат развития концентрации, централизации и структуризации бизнеса и эволюции корпоративных структур.
- Стратегические конкурентные компетенции компании.

Стратегический анализ конкурентной рыночной позиции компании

Вопросы:

1. Позиционный анализ. Алгоритм оценки конкурентной позиции.
2. Позиционная оценка фирмы–лидеры.
3. Позиционная оценка фирмы–последователи лидера с сильной позицией.
4. Позиционная оценка фирмы–последователи лидера со слабой позицией.
5. Позиционная оценка фирмы- аутсайдеры с кризисной позицией.

Реферативные доклады:

- Основные виды стратегических конкурентных позиций компании: очень сильная, сильная, средняя, слабая.
- Основные стратегические позиции компании в зависимости от ее положения на рынке.

Стратегический анализ конкурентного позиционного поведения компании

Вопросы:

1. Понятие и сущность анализа позиционного поведения компании в рыночной экономике.
2. Виды, типы и общая характеристика конкурентных позиций.
3. Наступательные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
4. Оборонительные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.

5. Смешанные стратегические позиции компании.

Реферативные доклады:

- Алгоритм оценки конкурентной позиции компании в рыночной экономике.
- Основные виды и типы стратегического конкурентного позиционирования компании.

Стратегический анализ рыночного положения компании посредством матриц SWOT, PEST, БКГ.

Вопросы:

1. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ.

2. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Звезды», «Дойные коровы»,

3. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Собаки», «Знаки вопроса».

4. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя».

5. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Неудачи», «Перманентной посредственности».

Реферативные доклады:

- Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *PEST-анализа*.
- Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *SWOT-анализа*.

Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матриц Мак-Кинси и «Шелл».

Вопросы:

1. Портфельная матрица Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.

2. Достоинства и недостатки матрицы McKinsey–GE.

3. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «удержать позицию», «улучшить позицию»,

4. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать».

5. Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл» и ее основные стратегические альтернативы.

Реферативные доклады:

- История возникновения и специфика применения портфельной матрицы Мак-Кинси (McKinsey–General Electric).
- История возникновения и специфика применения портфельной матрицы направленной политики компании «Шелл».

Производственные функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Стратегическое управления производственным потенциалом компании: сущность, виды, типы, особенности.

2. Производственные функциональные стратегии размещения и специализации производства:

3. Производственные ресурсные функциональные стратегии: привлечения ресурсов, сохранения ресурсов.

4. Производственные функциональные стратегии прибыли.

5. Производственные функциональные стратегии качества.

Реферативные доклады:

- Стратегии управления технологическим развитием производства компании.
- Стратегии управления НИОКР компании.

Финансовые функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Стратегии привлечения финансовых средств.

2. Стратегии финансовых инвестиций.

3. Стратегии управления дебиторской и кредиторской задолженностью.

4. Стратегии управления издержками.

5. Стратегии выплаты дивидендов.

6. Стратегии защиты от финансовых рисков.

Реферативные доклады:

- Стратегии управления текущими финансовыми операциями и обеспечения финансовой устойчивости фирмы: специфика и формы.

- Стратегии управления долгосрочными финансовыми операциями: специфика и формы.

- Стратегическое финансовое планирование как специфическая форма функции планирования организации.

Маркетинговые функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Маркетинговые функциональные стратегии управления жизненным циклом товара.
2. Маркетинговые функциональные стратегии управления товародвижения.
3. Маркетинговые функциональные стратегии ценообразования.
4. Маркетинговые функциональные стратегии воздействия на потребителей.

Реферативные доклады:

- Место маркетинга в стратегическом управлении компанией.
- Функции стратегического маркетинга. Стратегия и тактика управления маркетингом.

Кадровые функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Кадровые функциональные стратегии привлечения и отбора персонала.
2. Кадровые функциональные стратегии развития персонала.
3. Кадровые функциональные стратегии перемещения персонала.
4. Кадровые функциональные стратегии регулирования занятости на предприятии.

Реферативные доклады:

- Общее понятие стратегии управления персоналом.
- Внешние и внутренние факторы формирования стратегии управления персоналом.

Стратегическое управление компанией в различных отраслях экономики.

Вопросы:

1. Особенности, преимущества и проблемы развивающихся отраслей. Проблемы, ограничивающие развитие зарождающихся отраслей.
2. Специфика рынков новых продуктов на раннем и последующих этапах.
3. Стратегии инновационного продвижения на новый рынок - наступательная, выжидательная, промежуточная стратегии.
4. Стратегическое управление компаниями в зарождающихся (инновационных) отраслях.
5. Базовые стратегии компании в развивающихся отраслях: наступательные, оборонительные, имитационные.

6. Стратегии освоения новаций – опоры на собственные силы, кооперации с партнерами, закупки новинок.

1. Фаза стабильности жизненного цикла отрасли и особенности динамики зрелых стабильных отраслей.

2. Изменения в отрасли в период её перехода от фазы зарождения к фазе зрелости.

3. Стратегическая дилемма, обостряемая нарастанием зрелости отрасли.

4. *Стратегическое управление компаниями в зрелых отраслях.* Особенности, источники, конкурентных преимуществ и проблемы зрелых отраслей.

5. Специфика конкурентных стратегий компаний в зрелых отраслях экономики.

Реферативные доклады:

- Фаза инновационного зарождения жизненного цикла отрасли и особенности динамики зарождающихся отраслей.

- Основные типы стратегического конкурентно-инновационного поведения фирмы: виолентное, пациентное, эксплерентное, коммутантное.

- Особенности, преимущества и проблемы зрелых отраслей.

- Стратегические ловушки переходного периода и организационные последствия зрелости отрасли.

Стратегическое управление компанией в сокращающейся отрасли экономики.

Вопросы:

1. Фаза спада жизненного цикла отрасли и особенности динамики стагнирующих отраслей. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы нарастания кризисного развития организации.

2. Структурные факторы конкуренции на этапе спада отрасли. Барьеры выхода из отрасли в период её спада.

3. Важнейшие особенности, конкурентные преимущества и стратегические проблемы стагнирующих отраслей.

4. Особенности стратегического управления компаниями в отраслях, переживающих спад.

5. Стратегические альтернативы конкурентного поведения компаний в период отраслевого спада.

Реферативные доклады:

- Управляемы и неуправляемы процессы антикризисного развития. Роль стратегии в антикризисном управлении.

- Базовые стратегии антикризисного управления.

9. Порядок выполнения и оформления работы

9.1. Общие требования к выполнению контрольных работ

Контрольная работа, выполняемая студентами факультета заочного обучения, предусмотрена учебным планом и является обязательным видом учебной работы в межсессионный период. Ее выполнение позволяет более глубоко изучить и усвоить дисциплину, отработать учебный материал.

Выполнение контрольной работы требует от студента знания существа вопроса и умения изложить его письменно, демонстрирует умение собрать и обобщить факты, произвести анализ, сделать собственные выводы и предложения. При выполнении контрольной работы рекомендуется использовать литературу, указанную в списке.

Студент должен соблюдать общие требования, предъявляемые к контрольным работам. При выполнении контрольной работы необходимо руководствоваться следующими правилами:

- контрольная работа должна быть представлена на кафедру в установленные сроки;
- работа должна быть выполнена печатном варианте. Текст должен быть оформлен в текстовом редакторе Microsoft Word/ Формат шрифта основного текста: тип- Times New Roman, начертание – обычный, размер-14пт.
- писать следует грамотно, а содержание ответов на поставленные вопросы должны быть краткими, конкретными с сопровождением схем и рисунков. В ответах отражать главное, существенное.
- общий объем каждой работы должен составлять не более 10 страниц формата А4.
- страницы следует нумеровать.
- в конце работы следует привести список литературы;
- работа должна быть подписана студентом с указанием даты ее выполнения;

- если студент получил работу после рецензии преподавателя с подписью на «доработку», то исправленная и дополненная работа представляется еще раз с ранее указанными замечаниями.

9.2. Выбор варианта контрольной работы

Выбор варианта и задачи контрольной работы производится исходя их предпоследней и последней цифр номера зачетной книжки студента. В таблице 1 предпоследняя цифра указывается по вертикали, а последняя - по горизонтали. Если студент имеет шифр 1477, то он должен ответить на вопросы 77,22,42,2,177. Перечень вопросов приведен далее.

Структура работы:

титульный лист;

содержание работы

список литературы (источники литературы необходимо оформлять в соответствии с существующими требованиями ГОСТа);

приложения (включают копии законодательных актов, положений, таблицы, документы, схемы, положения).

Таблица 7- Номера вопросов контрольной работы

Предпоследняя цифра	Последняя цифра									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
0	1,18,77, 57,101	2,28,76, 91,102,	3,38,75 83,103,	4,47,74, 76,104,	5,56,72, 69,105,	6,64,71, 62,106	7,69,200, 50,107,	8,79,99 45,108	9,39,98, 57,109	10,80,97, 58,110,
1	11,17,96, 59,111,	12,27,95, 47,112,	13,37,94, 70,113	14,46,93, 71114	15,55,92, 61,115	16,63,91, 56,116	17,68,90, 34,117	1,78,89 27,118	2,19,40, 100,119	20,9,88, 100,120
2	21,17,87, 99,121	4,22,26, 98,122	23,36,77, 97,123	24,45,76, 1,124	25,54,74, 96,125	26,62,73, 95,126	27,67,71, 94,127	5,28,77 ,93,128	1,29,16, 92,129	30,8,70, 90,130

3	31,16,69, 1,131	32,25,68, 2,132	33,35, 67,3,133	34,44,66, 4,134	35,53,65, 5,135	2,36,61, 6,136	3,37,66, 7,137	7,38,76 58,138	4,39,17, 100,139	40,7,63, 88,140
4	41,15,62, 5,141	42,24,61, 6,142	43,34 60,7,143	44,80,59, 8,144	1,45,52, 29,145	2,46,60, 100,146	3,47,65, 99,147	8,48,75 92,148	7,49,18, 33,149	5,50,95, 21,150
5	51,14,92, 31,151	52,23,91, 33,152	53,33 98,1,153	2,54,43, 99,154	4,55,79, 19,155	3,56,24, 89,156	7,57,24, 87,157	8,58,74 93,158	6,59,20, 94,159	2,60,95, 52,160
6	61,13,94, 21,161	62,22,87, 1,162	63,32,88, 2,163	64,42,92, 3,164	65,51,93, 4,165	66,22,78, 5,166	67,23,94, 6,167	1,68,73 24,168	2,69,41, 25,169	4,70,100, 26,170
7	2,71,12, 99,151	72,21,99, 2,152	3,73,31, 98,153	4,74,41, 24,154	5,75,50, 25,155	1,76,100, 59,156	77,22,42, 2,157	1,78,72 32,158	1,79,92, 35,159	2,80,100, 28,150
8	1,81,11, 36,141	2,82,20, 30,142	3,83,30, 100,143	4,84,40, 20,144	5,85,49, 21,145	5,45,86, 22,146	6,87,21, 100,147	8,88,71 45,148	10,35,89, 56,149	2,55,90, 77,140
9	2,91,10, 31,131	3,92,19, 32,132	4,93,29, 52,133	1,94,27, 19,134	4,29,95, 75,135	5,42,96, 60,136	3,40,97, 82,137	4,98,70 26,138	5,33,99, 80,139	6,40,100, 77,150

9.3 Вопросы для выполнения контрольной работы. Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5

1. Понятие стратегического менеджмента.
2. Основные отличия стратегического менеджмента от оперативного.
3. Исторические предпосылки возникновения стратегического менеджмента.
4. Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс.
5. Стратегические бизнес-единицы (хозяйственные подразделения) и стратегические зоны хозяйствования корпоративных структур.
6. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.
7. Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.
8. Жесткие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
9. Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.
10. Мягкие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
11. Этапы развития стратегического менеджмента.
12. Школа дизайна: формирование стратегии как процесс осмысления.
13. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс.
14. Когнитивная школа: формирование стратегии как ментальный процесс.
15. Школа обучения: формирование стратегии как развивающийся процесс.
16. Школа власти: формирование стратегии как процесс ведения переговоров.

17. Понятие управленческой стратегии. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей.
18. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации.
19. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи.
20. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус.
21. Процесс формирования стратегий.
22. Реализация стратегии.
23. Виды и типы стратегий. Содержание стратегии как документа.
24. Стратегические решения.
25. Стратегическое прогнозирование.
26. Сущность и содержание планирования как функции менеджмента.
27. Специфика и виды стратегического планирования.
28. Цикл и методы стратегического планирования. Типы плановых структур.
29. Формы реализации стратегического планирования.
30. Проекты как форма оперативного планирования, нацеленного на реализацию стратегии.
31. Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов.
32. Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования.
33. Бизнес-план как форма оперативно-тактического планирования.
34. Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности компании.
35. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании.
36. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность компании.
37. Интеграция, дифференциация и структуризация корпоративного бизнеса: формы и виды.
38. Стратегии корпоративных организаций и образований как результат развития концентрации, централизации и структуризации бизнеса и эволюции корпоративных структур.
39. Стратегические конкурентные компетенции компании.
40. Позиционный анализ. Алгоритм оценки конкурентной позиции.
41. Позиционная оценка фирмы–последователи лидера с сильной позицией.
42. Позиционная оценка фирмы–последователи лидера со слабой позицией.
43. Позиционная оценка фирмы- аутсайдеры с кризисной позицией.

44. Основные виды стратегических конкурентных позиций компании: очень сильная, сильная, средняя, слабая.
45. Основные стратегические позиции компании в зависимости от ее положения на рынке.
46. Понятие и сущность анализа позиционного поведения компании в рыночной экономике.
47. Виды, типы и общая характеристика конкурентных позиций.
48. Наступательные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
49. Оборонительные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
50. Смешанные стратегические позиции компании.
51. Алгоритм оценки конкурентной позиции компании в рыночной экономике.
52. Основные виды и типы стратегического конкурентного позиционирования компании.
53. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ.
54. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Звезды», «Дойные коровы»,
55. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Собаки», «Знаки вопроса».
56. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя».
57. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Неудачи», «Перманентной посредственности».
58. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом PEST-анализа.
59. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом SWOT-анализа.
60. Стратегии управления текущими финансовыми операциями и обеспечения финансовой устойчивости фирмы: специфика и формы.
61. Стратегии управления долгосрочными финансовыми операциями: специфика и формы.
62. Стратегическое финансовое планирование как специфическая форма функции планирования организации.
63. Портфельная матрица Мак-Кинси (McKincey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.
64. Достоинства и недостатки матрицы McKincey–GE.

65. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «удержать позицию», «улучшить позицию»,
66. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey–GE: «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать».
67. Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл» и ее основные стратегические альтернативы.
68. Стратегическое управления производственным потенциалом компании: сущность, виды, типы, особенности.
69. Производственные функциональные стратегии размещения и специализации производства:
70. Производственные ресурсные функциональные стратегии: привлечения ресурсов, сохранения ресурсов.
71. История возникновения и специфика применения портфельной матрицы Мак-Кинси (McKinsey–General Electric).
72. История возникновения и специфика применения портфельной матрицы направленной политики компании «Шелл».
73. Производственные функциональные стратегии прибыли.
74. Производственные функциональные стратегии качества.
75. Стратегии управления технологическим развитием производства компании.
76. Стратегии привлечения финансовых средств.
77. Стратегии финансовых инвестиций.
78. Стратегии управления дебиторской и кредиторской задолженностью.
79. Стратегии управления издержками.
80. Стратегии выплаты дивидендов.
81. Стратегии защиты от финансовых рисков.
82. Маркетинговые функциональные стратегии воздействия на потребителей.
83. Место маркетинга в стратегическом управлении компанией.
84. Функции стратегического маркетинга. Стратегия и тактика управления маркетингом.
85. Кадровые функциональные стратегии привлечения и отбора персонала.
86. Кадровые функциональные стратегии развития персонала.
87. Кадровые функциональные стратегии перемещения персонала.
88. Кадровые функциональные стратегии регулирования занятости на предприятии.
89. Общее понятие стратегии управления персоналом.

90. Внешние и внутренние факторы формирования стратегии управления персоналом.
91. Маркетинговые функциональные стратегии управления жизненным циклом товара.
92. Маркетинговые функциональные стратегии управления товародвижения.
93. Маркетинговые функциональные стратегии ценообразования.
94. Управляемы и неуправляемы процессы антикризисного развития. Роль стратегии в антикризисном управлении.
95. Базовые стратегии антикризисного управления.
96. Особенности, преимущества и проблемы развивающихся отраслей. Проблемы, ограничивающие развитие зарождающихся отраслей.
97. Специфика рынков новых продуктов на раннем и последующих этапах.
98. Стратегии инновационного продвижения на новый рынок - наступательная, выжидательная, промежуточная стратегии.
99. Стратегическое управление компаниями в зарождающихся (инновационных) отраслях.
100. Базовые стратегии компании в развивающихся отраслях: наступательные, оборонительные, имитационные.
101. Стратегии освоения новаций – опоры на собственные силы, кооперации с партнерами, закупки новинок.
102. Фаза стабильности жизненного цикла отрасли и особенности динамики зрелых стабильных отраслей.
103. Изменения в отрасли в период её перехода от фазы зарождения к фазе зрелости.
104. Стратегическая дилемма, обостряемая нарастанием зрелости отрасли.
105. Стратегическое управление компаниями в зрелых отраслях. Особенности, источники, конкурентных преимуществ и проблемы зрелых отраслей.
106. Специфика конкурентных стратегий компаний в зрелых отраслях экономики.
107. Особенности, преимущества и проблемы зрелых отраслей.
108. Стратегические ловушки переходного периода и организационные последствия зрелости отрасли.
109. Фаза спада жизненного цикла отрасли и особенности динамики стагнирующих отраслей. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы нарастания кризисного развития организации.
110. Структурные факторы конкуренции на этапе спада отрасли. Барьеры выхода из отрасли в период её спада.

111. Важнейшие особенности, конкурентные преимущества и стратегические проблемы стагнирующих отраслей.
112. Особенности стратегического управления компаниями в отраслях, переживающих спад.
113. Стратегические альтернативы конкурентного поведения компаний в период отраслевого спада.
114. Фаза инновационного зарождения жизненного цикла отрасли и особенности динамики зарождающихся отраслей.
115. Основные типы стратегического конкурентно-инновационного поведения фирмы: виолентное, пациентное, эксплерентное, коммутантное
116. Управление и его элементы
117. Субъект и объект управления
118. Понятие, сущность, цели, задачи и основные функции менеджмента
119. Условия и предпосылки возникновения менеджмента
120. Особенности российского менеджмента
121. Внешняя среда организации
122. Внутренняя среда организации,
123. Понятие и классификация целей,
124. Функция целей
125. Классификация целей по содержанию,
126. Понятия и функции миссии
127. «Дерево целей»
128. Связи целей с системой поощрения
129. Стратегия фирмы
130. Система стратегического управления
131. Классификация стратегий
132. Средства и методы управления
133. Экономический механизм управления
134. Организационно-распорядительный механизм управления
135. Социально- психологический механизм управления
136. Сущность информации и ее роль в управлении
137. Классификация информации,
138. Типы информации,
139. Понятие и сущность коммуникаций
140. Процесс коммуникации и его этапы
141. Понятие и сущность управленческого решения
142. Классификация управленческих решений
143. Технология принятия решения
144. Способы и методы реализации управленческих решений
145. Система органов государственного управления АПК, их задачи и функции.
146. Организация подготовки кадров сельского хозяйства
147. Понятия и сущность структуры управления

148. Типы структуры управления
149. Стратегический менеджмент, его этапы и разновидности.
150. Планирование как функция менеджмента
151. Методы и принципы планирования
152. Стратегическое планирование, его цели и задачи
153. Система стратегических планов
154. Текущее планирование, его цели и задачи
155. Характеристика и формы текущих планов
156. Контроль как функция менеджмента.
157. Цели, задачи, принципы контроля.
158. Виды и стадии управленческого контроля
159. Маркетинг как функция менеджмента
160. Основные приемы и методы маркетингового управления
161. Мотивация, её виды и задачи
162. Цели и задачи управления производством
163. Оперативное управление производством
164. Управление риском.
165. Управление банкротством.
166. Менеджмент человеческих ресурсов
167. Кадры управления
168. Понятия коллектива
169. Личность и коллектив
170. Понятие власти и ее виды

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Литература

10.1.1. Основная литература

1	Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 468 с. — Режим
---	---

	доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=56302
2	Нехланова, А.М. Стратегический менеджмент в АПК : [учеб. пособие] / М.Б. Туманова, А.М. Нехланова .— М. : КолосС, 2012 .— (Учебники и учебные пособия для студентов высших учебных заведений) http://rucont.ru/efd/227372
4	Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 468 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=56302

10.1.2. Дополнительная литература:

1	Баринов, Владимир Александрович. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник; допущено МО РФ / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. - М. : Инфра-М, 2012. - 237 с.
2	Прахина, В. Н. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник; допущено Советом УМО вузов России по образованию в области менеджмента / В. Н. Прахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. - 2-е изд., стер. - М. : Кнорус, 2012. - 496 с. - (Для бакалавров)
3	Фомичев, Андрей Николаевич. Стратегический менеджмент [Текст] : рекомендовано методсоветом по направлению / А. Н. Фомичев. - М. : Дашков и Ко, 2010. - 468 с

10.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

<i>Электронные библиотечные системы</i>	<i>Адрес</i>
Лань	http://www.eianbook.ru
Национальный цифровой ресурс «Руконт»	http://www.rukont.ru
Агрилиб	http://www.ebs.rgazu.ru
eLibrary	http://www.elibrary.ru
Правовой портал «КонсультантПлюс»	http://www.consultant.ru
Справочная правовая система «Гарант»	http://www.garant.ru
Федеральная служба государственной статистики России.	www.gks.ru