

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 19.06.2023 16:27:29

Уникальный программный идентификатор:
b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа менеджмента

УТВЕРЖДЕНО
Директор Высшей школы менеджмента
 Ванина Э.Г.
«23» сентября 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Стратегический менеджмент

Наименование программы **МВА Маркетинг и продажи**

Программу разработал: **Шведова И.А.**

Самара 2022 г.

1. Цель и задачи и дисциплины

Цель дисциплины - дать слушателям основополагающие представления о стратегическом управлении в организациях различных типов, научить анализировать управленческие проблемы и разрабатывать стратегические решения.

Исходя из цели в процессе изучения данной дисциплины решаются следующие **задачи**:

- обучить слушателей активно использовать теоретические знания в области стратегического управления, освоить навыки принятия стратегических решений;
- обучить слушателей критически мыслить, используя современные математические методы и научные подходы к управлению в условиях неполноты информации и постоянных изменений внешней среды;
- сформировать у слушателей навыки, позволяющие эффективно взаимодействовать с партнерами, разрабатывать стратегию и находить альтернативные варианты в условиях неопределенности;
- сформировать навыки стратегического управления

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих **компетенций**:

ПК-2- способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

В результате изучения дисциплины слушатель должен:

знать:

- основные математические модели принятия решений;
- основные макроэкономические показатели и принципы их расчета;
- элементы процесса стратегического планирования и организации маркетинга;
- основные особенности и этапы проведения различных видов маркетинговых исследований;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами

уметь:

- - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности.
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организаций);
- применять информационные технологии для решения управленческих задач;
- проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией управленческих функций;

владеть:

- - математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами интернет-технологий;
- навыками применения инструментов маркетинга;
- практическими навыками разработки элементов политики продвижения предприятия (реклама, стимулирование сбыта);

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

2. Содержание дисциплины (модуля)

2.1. Объем и виды учебной работы

Общая трудоемкость, час	Аудиторные занятия (час.), в т.ч.				Самост. работа, час	Промежуточная аттестация, час	Форма промежуточной аттестации
	всего	лекции	практ. занятия	иные виды учебных занятий			
29	16	12	4		12	1	зачет

2.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Формируемые компетенции	Лекции	Практ зан	иные виды занятий	СР	Контроль	Всего
1	Тема 1. Основные понятия, концепции, модели и методологические основы стратегического менеджмента		2	0,5		2		4,5
2	Тема 2. Общая экономическая стратегия организации		2	0,25		2		4,25
3	Тема 3. Стратегии функционирования и развития		2	0,25		2		4,25
4	Тема 4. Формирование комплекса стратегий организации		2	0,5		2		4,5
5	Тема 5. Стратегический ситуационный анализ		2	0,5		2		4,5
6	Тема 6. Разработка стратегий конкурентной борьбы. Формирование конкурентных преимуществ фирмы		1	0,5		1		2,5
7	Тема 7. Стратегический маркетинг		1	0,5		1		2,5
Контроль							1	1
Итого		ПК-2	12	4		12	1	29

2.3.Содержание разделов и тем

Раздел 1. Основы стратегического менеджмента.

Тема 1. Основные понятия, концепции, модели и методологические основы стратегического менеджмента

Сущность, цели и задачи стратегического менеджмента. Структура стратегического менеджмента. Основные категории стратегического менеджмента. Сущность стратегического управления и планирования. Стратегические проблемы промышленного производства. Стратегия и техническая политика предприятия.

Роль стратегий в деятельности, развитии и обеспечении конкурентоспособности организаций на современном этапе.

Эволюция стратегического менеджмента. Концепции и модели стратегического менеджмента. Модели Дэвида, Томпсона Линча. Формально-аналитическая и Властно-поведенческая концепции и школы стратегического менеджмента. Современная концепция стратегического менеджмента.

Экономические законы в статике и динамики, обеспечивающие развитие стратегического менеджмента. Принципы и подходы к формированию механизма стратегического управления.

Тема 2. Общая экономическая стратегия организации.

Понятие и структура общей экономической стратегии организации. Экономическая сущность ОЭС. Роль ОЭС в механизме стратегического управления. Особенности ОЭС интегрированных корпоративных структур. Пирамида стратегий операционные, функциональные стратегии. Стратегия бизнеса. Корпоративная стратегия. Стратегия и организационная структура.

Тема 3. Стратегии функционирования и развития.

Стратегии предпринимательства, выбор сферы предпринимательства и сегмента рынка, организационно-правовой формы, установление критериев результативности выбранного вида бизнеса, оценка конкурентоспособности и условий коммерческой деятельности. Стратегии повышения эффективности организации производства. Стратегии развития и роста фирмы. Стратегии маркетинга, рекламы, управления жизненным циклом. Ценовые стратегии.

Стратегия интенсивного роста. Стратегии диверсификации и дифференциации.

Тема 4. Формирование комплекса стратегий организации.

Продуктивно-маркетинговая стратегия. Стратегии ценообразования, стратегии организационного поведения фирмы на рынках: средств производства, сырья, капитала и ценных бумаг, внешнеэкономической деятельности (экспорта и импорта). Стратегия транзакционных издержек, лидерства и интеграции. Стратегии конкурентной борьбы. Стратегия антикризисного управления. Стратегия бизнеса. Стратегия упреждающего маневра. Глобальная стратегия. Стратегия альянсов.

Стратегия управления персоналом. Стратегии организационного поведения.

Раздел 2. Современный стратегический анализ

Тема 5. Стратегический ситуационный анализ.

Сущность и структура стратегического анализа. Анализ внешней окружающей среды (ПЭСТ - анализ). Анализ внутрифирменного состояния фирмы. (SWOT - анализ). Анализ позиций параметров фирмы в выбранном сегменте рынка (SNW - анализ). Анализ отраслевой конкурентной среды. Ключевые факторы успеха. Анализ издержек методом «Цепочки стоимости» Портера. Роль стратегического анализа в стратегическом управлении и планировании. Комплексная диагностика организаций методом круговой диаграммы. Анализ отрасли по Портеру.

Сущность и структура стратегического анализа отрасли. Основные экономические показатели, описывающие текущее состояние отрасли. Экономические характеристики отрасли. Анализ движущих сил отрасли. Основные источники барьеров для входа в отрасль. Анализ поставщиков. Конкурентная сила покупателей. Анализ возможных действий конкурентов. Стра-

тегии для конкуренции в новых отраслях, в отраслях находящихся в стадии зрелости и отраслях находящихся в стадии стагнации или спада.

Тема 6. Разработка стратегий конкурентной борьбы. Формирование конкурентных преимуществ фирмы

Условия формирования конкурентных преимуществ фирмы. Формирование внутрифирменных конкурентных преимуществ - активов фирмы. Формирование нематериальных активов. Разработка стержневых компетенций – внешних конкурентных преимуществ. Типология фирм и их стратегии конкурентной борьбы. Применение методов Бенч-маркинга для анализа конкурентных преимуществ основных конкурентов (лидеров отрасли).

Стратегия осуществления изменений. Методы оценки уровня конкурентоспособности фирмы. Стратегия формирования корпоративной культуры.

Тема 7. Стратегический маркетинг.

Понятие «маркетинг». **Стратегический маркетинг** – методология и философия бизнеса, механизм программно-целевого опережающего управления, планирования, анализа ситуаций и стратегических ориентаций фирмы в системе рыночных отношений. Виды и приоритеты стратегического маркетинга.

Цели, задачи, методы и модели стратегического маркетинга. Эволюция развития стратегического маркетинга. Функции стратегического маркетинга

2.4.Методические рекомендации по практическим занятиям Методические указания для преподавателя

Основное внимание при изучении дисциплины необходимо сконцентрировать на изучении и освоении слушателями основных фундаментальных законов и закономерностей функционирования экономической системы с целью дальнейшего использования приобретенных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Необходимо обращать внимание обучающихся на формировании у них представлений о сущности и содержании базовых экономических категорий, позволяющих анализировать основные тенденции развития хозяйственных систем.

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы студентов, консультаций. Главное назначение лекции – обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий в виде слайдов;

- практические занятия, во время которых студенты выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

Лекции есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение профессиональных умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии студентов, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать студентов при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях должны учитываться преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя студенты, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей экзаменационной оценке.

Методические указания для слушателей

Для успешного освоения дисциплины слушатели должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях, самостоятельно работать с рекомендованной литературой. Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы четко представить себе объем и основные проблемы курса. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с раздаточным материалом и учебниками. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия ученых, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Для того чтобы выделить главное в лекции, полезно заранее просмотреть раздаточный материал, для более полного и эффективного восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний, приготовить вопросы лектору.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Слушатели получают общее представление о ее содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

Работа с литературой

При изучении дисциплины слушатели должны серьезно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям. Особое внимание следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Для поиска научной литературы по дисциплине следует использовать каталог Электронной научной библиотеки: e-library.ru.

При подготовке к практическим занятиям слушатели имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Качество учебной работы слушателей преподаватель оценивает в конце занятия.

2.5. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного руководителя и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- качественное освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний с целью их применения на уровне межпредметных связей;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков;
- формирование умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной и специальной литературы, а также других источников информации;
- развитие познавательных способностей и активности, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие научно-исследовательских навыков;
- формирование умения решать практические задачи (в профессиональной деятельности), используя приобретенные знания, способности и навыки.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса.

Самостоятельная работа предполагает инициативу самого обучающегося в процессе сбора и усвоения информации, приобретения новых знаний, умений и навыков и ответственность его за планирование, реализацию и оценку результатов учебной деятельности. Процесс освоения знаний при самостоятельной работе не обособлен от других форм обучения.

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена индивидуально (или являться частью коллективной работы). В случае, когда СР подготовлена в порядке выполнения группового задания, в работе делается соответствующая оговорка;
- представлять собой законченную разработку (этап разработки), в которой анализируются актуальные проблемы по определенной теме и ее отдельных аспектов;
- отражать необходимую и достаточную компетентность автора;
- иметь учебную, научную и/или практическую направленность;
- быть оформлена структурно и в логической последовательности: титульный лист, оглавление, основная часть, заключение, выводы, список литературы, приложения,
- содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов;
- соответствовать этическим нормам (правила цитирования и парафраз; ссылки на использованные библиографические источники; исключение плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ).

Формы самостоятельной работы слушателей по темам дисциплины

В качестве одной из форм самостоятельной работы слушателям предлагается подготовка докладов/рефератов, в том числе с представлением электронной презентации.

Организуя свою самостоятельную работу по дисциплине, слушатели должны выявить рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению теоретического курса, практических занятий и практическому применению изученного материала, по выполнению заданий для самостоятельной работы, по использованию информационных технологий и т.д.

Примерная тематика докладов/рефератов

1. Эволюция стратегического управления. Стратегическое видение.
2. Виды стратегического управления.
3. Школы и концепции СМ.
4. Концепция стратегического менеджмента.
5. Целевые установки, корпоративные цели стратегического управления.
6. Стратегическое мышление (методы и технологии СМД).
7. Стратегический анализ окружающей среды.
8. Стратегическая ориентация фирмы (концепция и технологическая модель).
9. Виды и методы стратегического анализа работы фирмы. PEST-анализ, SWOT и SNW
10. Анализ отрасли и конкурентов.
11. Анализ издержек «методом цепочки ценностей».
12. Стратегическая оценка неопределенности и риска.
13. Методы системного и ситуационного анализа.
14. Разработка ОЭС и комплекса функциональных стратегий.
15. Пирамида стратегий.
16. Комплекс внешних стратегий фирмы.
17. Стратегии внутрифирменного развития.
18. Типология фирм и их стратегии конкурентной борьбы.
19. Разработка стратегии бизнеса фирмы.
20. Стратегический выбор позиций и формирование конкурентного статуса фирмы.

Методика написания рефератов и докладов

Целью написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

Основные задачи студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;
- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой вы солидарны.

Структура реферата.

7.. Титульный лист.

Образец оформления титульного листа для реферата.....

2.Оглавление. Оглавление – это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.

3.Текст реферата. Он делится на три части: введение, основная часть и заключение.

А) Введение – раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

Б) Основная часть – это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст.

В) Заключение – данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые «высветились» в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

4.Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке (английском или французском). Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см.Оформление Списка источников и литературы).

Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению реферата.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 и не более 20 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое – 25 мм, правое – 15 мм, нижнее – 20 мм, верхнее – 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с «красной» строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;

- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Подготовка **научного доклада** выступает в качестве одной из важнейших форм самостоятельной работы студентов.

Научный доклад представляет собой исследование по конкретной проблеме, изложенное перед аудиторией слушателей.

Работа по подготовке доклада включает не только знакомство с литературой по избранной тематике, но и самостоятельное изучение определенных вопросов. Она требует от студента умения провести анализ изучаемых государственно-правовых явлений, способности наглядно представить итоги проделанной работы, и что очень важно – заинтересовать аудиторию результатами своего исследования. Следовательно, подготовка научного доклада требует определенных навыков. Подготовка научного доклада включает несколько этапов работы:

1. Выбор темы научного доклада;
2. Подбор материалов;
3. Составление плана доклада. Работа над текстом;
4. Оформление материалов выступления;
5. Подготовка к выступлению.

Структура и содержание доклада:

Введение – это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показываются позиции автора. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента.

В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам.

Список использованных источников представляет собой перечень использованных книг, статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания.

Приложение к докладу оформляются на отдельных листах, причем каждое должно иметь свой тематический заголовок и номер, который пишется в правом верхнем углу, например: «Приложение 1».

Требования к оформлению доклада:

- объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем.
- доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.
- обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу.
- должна быть соблюдена последовательность написания библиографического аппарата.

Критерии оценки доклада:

- актуальность темы исследования;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- правильность и полнота использования источников;
- соответствие оформления доклада стандартам.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на практических занятиях, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

2.6. Методические рекомендации по практическим и иным формам занятий

Тема 1. Основные понятия, концепции, модели и методологические основы стратегического менеджмента

1. Сущность, цели и задачи стратегического менеджмента.
2. Структура стратегического менеджмента.
3. Основные категории стратегического менеджмента.
4. Сущность стратегического управления и планирования.
5. Стратегические проблемы промышленного производства.
6. Стратегия и техническая политика предприятия.
7. Роль стратегий в деятельности, развитии и обеспечении конкурентоспособности организаций на современном этапе.
8. Эволюция стратегического менеджмента.
9. Концепции и модели стратегического менеджмента.
10. Модели Дэвида, Томпсона Линча.
11. Формально-аналитическая и Властно-поведенческая концепции и школы стратегического менеджмента.
12. Современная концепция стратегического менеджмента.
13. Экономические законы в статике и динамики, обеспечивающие развитие стратегического менеджмента.
14. Принципы и подходы к формированию механизма стратегического управления.

Основная литература

1. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015, 496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>

2. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>
2. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4

Тема 2. Общая экономическая стратегия организации.

1. Понятие и структура общей экономической стратегии организации.
2. Экономическая сущность ОЭС.
3. Роль ОЭС в механизме стратегического управления.
4. Особенности ОЭС интегрированных корпоративных структур.
5. Пирамида стратегий операционные, функциональные стратегии.
6. Стратегия бизнеса.
7. Корпоративная стратегия. Стратегия и организационная структура.

Основная литература

1. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015, 496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>
2. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>
2. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4

Тема 3. Стратегии функционирования и развития.

1. Стратегии предпринимательства, выбор сферы предпринимательства и сегмента рынка, организационно-правовой формы, установление критериев результативности выбранного вида бизнеса, оценка конкурентоспособности и условий коммерческой деятельности.
2. Стратегии повышения эффективности организации производства.
3. Стратегии развития и роста фирмы.
4. Стратегии маркетинга, рекламы, управления жизненным циклом. Ценовые стратегии.
5. Стратегия интенсивного роста. Стратегии диверсификации и дифференциации.

Основная литература

1. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015, 496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>
2. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для маги-

стратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>

2. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4

Тема 4. Формирование комплекса стратегий организации.

1. Продуктивно-маркетинговая стратегия.
2. Стратегии ценообразования, стратегии организационного поведения фирмы на рынках: средств производства, сырья, капитала и ценных бумаг, внешнеэкономической деятельности (экспорта и импорта). Стратегия транзакционных издержек, лидерства и интеграции. Стратегии конкурентной борьбы.
3. Стратегия антикризисного управления.
4. Стратегия бизнеса.
5. Стратегия упреждающего маневра.
6. Глобальная стратегия. Стратегия альянсов.
7. Стратегия управления персоналом.
8. Стратегии организационного поведения.

Основная литература

1. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015, 496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>
2. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>.
2. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4

Тема 5. Стратегический ситуационный анализ.

1. Сущность и структура стратегического анализа. Анализ внешней окружающей среды (ПЭСТ - анализ).
2. Анализ внутрифирменного состояния фирмы. (SWOT - анализ). Анализ позиций параметров фирмы в выбранном сегменте рынка (SNW - анализ).
3. Анализ отраслевой конкурентной среды. Ключевые факторы успеха. Анализ издержек методом «Цепочки стоимости» Портера. Роль стратегического анализа в стратегическом управлении и планировании. Комплексная диагностика организаций методом круговой диаграммы. Анализ отрасли по Портеру.
4. Сущность и структура стратегического анализа отрасли.
5. Основные экономические показатели, описывающие текущее состояние отрасли.
6. Экономические характеристики отрасли. Анализ движущих сил отрасли. Основные источники барьеров для входа в отрасль. Анализ поставщиков.
7. Конкурентная сила покупателей. Анализ возможных действий конкурентов.
8. Стратегии для конкуренции в новых отраслях, в отраслях находящихся в стадии зрелости и отраслях находящихся в стадии стагнации или спада.

Основная литература

1. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015,

496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>

2. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>
2. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4

Тема 6. Разработка стратегий конкурентной борьбы. Формирование конкурентных преимуществ фирмы

- 1 . Условия формирования конкурентных преимуществ фирмы. Формирование внутрифирменных конкурентных преимуществ - активов фирмы.
- 2 . Формирование нематериальных активов.
- 3 . Разработка стержневых компетенций – внешних конкурентных преимуществ.
- 4 . Типология фирм и их стратегии конкурентной борьбы.
- 5 . Применение методов Бенч-маркинга для анализа конкурентных преимуществ основных конкурентов (лидеров отрасли).
- 6 . Стратегия осуществления изменений.
- 7 . Методы оценки уровня конкурентоспособности фирмы. Стратегия формирования корпоративной культуры.

Основная литература

1. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015, 496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>
2. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>
2. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4

Тема 7. Стратегический маркетинг.

- 1 . Понятие «маркетинг». **Стратегический маркетинг** – методология и философия бизнеса, механизм программно-целевого опережающего управления, планирования, анализа ситуаций и стратегических ориентаций фирмы в системе рыночных отношений.
2. Виды и приоритеты стратегического маркетинга.
3. Цели, задачи, методы и модели стратегического маркетинга.
4. Эволюция развития стратегического маркетинга. Функции стратегического маркетинга

Основная литература

1. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015, 496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>
2. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>
2. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4

3.Форма аттестации

Форма промежуточной аттестации – зачет

4.Оценочные материалы дисциплины (модуля)

4.1.Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Изучение дисциплины направлено на формирование у слушателей следующих компетенций:

Вид деятельности: организационно-управленческая

Уровни сформированности компетенций

Компетенции	Уровни сформированности компетенций	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспе-	1. Пороговый	–основные бизнес-процессы в организации; –основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами	–анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. –использовать экономический инструмент для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организаций); –применять информационные технологии для решения управленческих задач;	–программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами интернет-технологий; –навыками применения инструментов маркетинга;

чивать их реализацию	2. Повышенный	–основные математические модели принятия решений; –основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; –элементы процесса стратегического планирования и организации маркетинга; –основные особенности и этапы проведения различных видов маркетинговых исследований; –принципы развития и закономерности функционирования организации; –основные бизнес-процессы в организации; –основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами	–организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; –диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию; –анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. –использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организаций); –применять информационные технологии для решения управленческих задач; –проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия; –ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией управленческих функций;	–математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач; –программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами интернет-технологий; –навыками применения инструментов маркетинга; –практическими навыками разработки элементов политики продвижения предприятия (реклама, стимулирование сбыта); –методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); –современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.
----------------------	---------------	---	---	---

Шкала и критерии оценки (промежуточное тестирование)

Число правильных ответов	Оценка	Уровень сформированности компетенции
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»	Повышенный

70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»	Повышенный
51-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»	Пороговый
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»	Компетенция не сформирована

Шкала и критерии оценки (зачет)

Зачтено	Незачтено
Выставляется при условии, если студент в процессе обучения показывает хорошие знания учебного материала, выполнил все задания для подготовки к опросу, подготовил доклад по тематике практического занятия. При этом студент логично и последовательно излагает материал темы, раскрывает смысл вопроса, дает удовлетворительные ответы на дополнительные вопросы	Выставляется при условии, если студент обладает отрывочными знаниями, затрудняется в умении использовать основные категории, не выполнил задания для подготовки к опросу, не подготовил доклад по тематике практического занятия, дает неполные ответы на вопросы из основной литературы, рекомендованной к курсу
Повышенный / пороговый	Компетенции не сформированы

4.2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы

4.2.1. Варианты тестовых заданий

Код контролируемой компетенции – ПК-2

1. С какого времени концепция стратегического менеджмента применяется в практике управления?

1. с 50-х годов;
2. с 60 -х годов;
3. с 70 — х годов;
4. с 80 —х годов

2. Предпосылки возникновения стратегического управления?

1. развитие НТП
2. возрастание риска, неопределенности и конкуренции
3. развитие моделирования в планировании;
4. развитие новых технологий.

3. Назовите причины потери контроля за внешней средой в период 50-60 -е годы?

1. отсутствие подготовленных менеджеров в области контроля; 2. насыщение рынков товарами и услугами;
3. возрастание конкуренции;
4. возрастание неопределенности в предпринимательской деятельности

4. На какой информации основываются стратегические решения?

1. на собственном опыте и интуиции менеджеров;
2. на регрессивной информации прошлых лет;
3. на релевантной информации прогнозов о поставщиках и потребителях;
4. на тенденциях производственно-хозяйственной деятельности фирм.

5. Назовите главные задачи стратегического менеджмента?

1. обеспечение высокого уровня прибыли;
2. обеспечение выживания и развития фирмы;
3. обеспечение стабильного выпуска продукции;
4. обеспечение конкурентоспособности фирмы.

6. Стратегические решения - это управленческие решения, которые:

1. ориентированы на будущее и являются основой для принятия оперативных решений;
2. обеспечивают рост объемов продаж;
3. рассчитаны на длительную перспективу;
4. обеспечивают конкурентные преимущества фирм

7. Из каких стратегий формируется стратегия вертикальной интеграции?

1. ВЭД, Альянсы, на рынки сбыта, диверсификации.
2. на рынки сбыта, на сырьевые фирмы;
3. стратегии интеграции вперед, регрессивной интеграции и прямой интеграции;
4. активно наступательной, диверсификации и прогрессивной интеграции

8. Назовите метод анализа состояния фирмы?

1. ПЭСТ-анализ;
2. Анализ ликвидности;
3. анализ издержек производства;
4. SWOT-анализ.

9. Понятие «Конкурентная борьба»?

1. уничтожение, разорение фирм конкурентов;
2. организационное поведение фирмы при наличии конкурентов;
3. поиск информации о конкурентах;
4. физическое уничтожение фирм конкурентов.

10. Определите полный набор этапов разработки стратегии:

1. сбор информации для стратегии, разработка стратегии, контроль исполнения;
2. уточнение стратегии, анализ портфеля заказов, выбор рыночных позиций, выбор варианта стратегии, организация выполнения.
3. анализ окружающей среды, уточнение стратегии, выбор варианта, контроль исполнения.
4. анализ окружающей среды, выбор рыночных позиций, разработка стратегии, организация выполнения.

11. Из каких блоков состоит SWOT- анализ?

1. сильные стороны; конкурентные преимущества; риски; оценка сегмента рынка;
2. сильные стороны, слабые стороны, конкурентные преимущества, риски, оценка сегмента рынка;
3. сильные стороны, слабые стороны, конкурентные преимущества, состояние технологии;
4. сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы;
5. сильные стороны, слабые стороны, конкурентные преимущества, политика, экономика.

12. Из каких стратегий состоит стратегия роста фирмы?

1. интегрального, активно-наступательного, диверсификационного роста;
2. интенсивного, интегрального и диверсификационного роста;
3. интенсивного, когломератного роста и конкурентной борьбы;
4. интеграции, маркетинга и ВЭД.

13. Стратегический менеджмент это:

1. распространение менеджмента на долгосрочные цели и действия организации;
2. совершенствование стратегий организации;
3. формирование стратегических направлений (зон) хозяйствования организации.
4. программа, комплекс мероприятий, обеспечивающих выживание и развитие фирмы в условиях неопределенности и конкуренции.

14. Создание магазина тканей при текстильном комбинате - это стратегия:

- 1.развития продукта;
- 2.«снятия сливок»;
- 3.вертикальной интеграции;
- 4.горизонтальной диверсификации;
- 5.«флангового охвата».

15.Среди «пяти сил Портера» присутствуют (выберите несколько):

- 1.сила товаров-заменителей;
- 2.сила менеджмента компании;
- 3.сила потребителей в торговле;
- 4.сила поставщиков в условиях конкуренции;
- 5.враждебная окружающая среда.

16.SWOT-анализ предусматривает выявление и рассмотрение: (выберите несколько):

- 1.конкурентных преимуществ;
- 2.сильных сторон фирмы;
- 3.благоприятных возможностей для бизнеса;
- 4.слабых сторон организации;
- 5.угроз для бизнеса.

17.Матрица «Дженерал-электрик» - «МакКинзи» основана на оценке следующих параметров бизнес-единиц (выберите несколько):

- 1.привлекательность отрасли;
- 2.темпы роста спроса;
- 3.доля рынка;
- 4.позиция бизнес-единицы;
- 5.конкурентные преимущества.

4.2.2.Примерные вопросы к зачету

Код контролируемой компетенции – ПК-2

1. Сущность и задачи, основные категории стратегического менеджмента.
2. Этапы развития стратегического менеджмента.
3. Понятие стратегической единицы бизнеса и портфеля предприятия.
4. Типы стратегий. Пирамида стратегий.
5. Концепции и школы стратегического менеджмента.
6. Понятие экономической стратегии.

7. Операционные и функциональные стратегии.
8. Деловая стратегия бизнеса фирмы.
9. Корпоративная стратегия.
10. Формирование миссии предприятия.
11. Определение целей предприятия.
12. Содержание и принципы проведения стратегического анализа среды предприятия.
13. Анализ внешней среды предприятия.
14. Стратегический анализ внутренней среды предприятия.
15. Стратегический потенциал предприятия.
16. SWOT-анализ.
17. Матрица корреляционного SWOT-анализа.
18. PEST-анализ.
19. Отраслевой анализ.
20. Конкурентный анализ.
21. Базовые стратегии развития предприятия.
22. Стратегия роста.
23. Стратегии сокращения и стабильности.
24. Понятие диверсификации.
25. Стратегии диверсификации.
26. Комбинированные стратегии.
27. Портфельные стратегии предприятия.
28. Матрица БКГ.
29. Матрица Мак-Кинси.
30. Матрицы стратегического анализа малых и средних предприятий.
31. Конкурентные преимущества предприятия как основа формирования конкурентной стратегии.
32. Ключевые свойства конкурентного преимущества.

4.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Методические материалы по проведению промежуточного тестирования

Цель – оценка уровня освоения студентами понятийно-категориального аппарата по соответствующим разделам дисциплины, сформированности умений и навыков.

Процедура - проводится на последнем практическом занятии в компьютерных классах после изучения всех тем дисциплины. Время тестирования составляет от 45 до 90 минут в зависимости от количества вопросов.

Содержание представлено материалами для промежуточного тестирования.

Методические материалы по проведению зачета

Цель – оценка качества усвоения учебного материала и сформированности компетенций в результате изучения дисциплины.

Процедура - проводится в форме собеседования с преподавателем на последнем практическом занятии. По итогам зачета выставляется «зачтено» или «не зачтено».

Содержание представляет перечень примерных вопросов к зачету.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Рекомендуемая литература

Основная литература

3. Петров А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2015, 496с., Гриф УМО / <http://ibooks.ru/reading.php?productid=344658>

4. Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — Санкт-Петербург: Питер 2016 г.— 288 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-496-02020-6 <http://ibooks.ru/product.php?productid=351338>

Дополнительная литература

3. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 386 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-534-00652-0. <https://www.biblio-online.ru/book/BE535204-948D-434D-8526-06C956A6EAE0>
4. Воронин А. Д. Стратегический менеджмент. — Минск: Вышэйшая школа 2014 г.— 175 с. — Электронное издание. — ISBN 978-985-06-2457-4
<http://ibooks.ru/product.php?productid=344275>
5. Отварухина, Н. С. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 427 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5983-3.
<https://www.biblio-online.ru/book/938701C0-99DD-4373-A4CD-1DF1C3A3C1AD>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

consultant.ru – интернет-версия ИПС «КонсультантПлюс»

garant.ru – интернет-версия ИПС «Гарант»

[правительство.рф](http://pravительство.рф) – интернет-портал Правительства РФ

duma.gov.ru – официальный сайт Государственной Думы РФ

minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов РФ

cbr.ru – официальный сайт Центрального Банка РФ

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид помещения	Оборудование
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, практических занятий и иных видов занятий	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования.

Разработчик:

Преподаватель, к.э.н.

Шведова И.А.