

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета экономики, менеджмента
и инновационных технологий

С.А. Баркалов

«19» марта 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Стратегия развития бизнеса»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа Стратегия развития бизнеса

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / очно-заочная

Год начала подготовки 2024

Автор программы _____ / О.В. Рыбкина /

И.о. зав. кафедрой
экономической безопасности _____ / А.В. Красникова /

Руководитель ОПОП _____ / И.Ф. Елфимова /

Воронеж 2024

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1.Цели дисциплины: формирование у обучающихся знаний в области разработки стратегии устойчивого развития компании, а также овладение современными умениями и навыками в области принятия управленческих решений, направленных на эффективное использование потенциала в долгосрочной перспективе.

1.2.Задачи освоения дисциплины:

- получить современное теоретическое и практическое представление о многообразии стратегий развития бизнеса;
- овладеть методами стратегического выбора;
- изучить основы формирования, реализации и контроля стратегий компании;
- сформировать практические навыки принятия решений, направленных на эффективное использование потенциала для развития бизнеса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Стратегия развития бизнеса» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Маркетинговые исследования рынка» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-1 - Способен определить цели и задачи стратегических изменений в организации, сформулировать критерии оценки успеха реализации стратегии, основные параметры и ключевые показатели эффективности разрабатываемых стратегических изменений в организации;

ПК-3 - Способен выполнять стратегический анализ, включая анализ внутренних (внешних) факторов и условий, влияющих на деятельность организации, проводить оценку текущего и будущего состояния организации с использованием современных технологий и методов;

ПК-4 - Способен формировать функциональные стратегии бизнеса с учетом мнений заинтересованных сторон, включая производственную, финансовую, кадровую, инновационную стратегии и стратегию экономической безопасности, оформлять и представлять результаты разработок и бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения.

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-1	Знать - классификацию стратегий развития компании;

	уметь - количественно и качественно обосновать стратегические решения, направленные на повышение эффективности развития бизнеса
	владеть - навыками принятия решений, направленных на эффективное использование потенциала для развития бизнеса
ПК-3	Знать - основные понятия, методы и инструменты стратегического анализа
	Уметь - провести ситуационный анализ;
	Владеть - навыками обоснования и разработки управленческих решений
ПК-4	Знать - функциональные стратегии развития компании;
	Уметь - выбрать наиболее эффективные решения по развитию бизнеса;
	Владеть - навыками разработки стратегического плана развития

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Стратегия развития бизнеса» составляет 5 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		2
Аудиторные занятия (всего)	42	42
В том числе:		
Лекции	18	18
в том числе <i>в электронной форме</i>	14	14
Практические занятия (ПЗ)	24	24
в том числе в форме практической подготовки	10	10
<i>в электронной форме</i>	8	8
Самостоятельная работа	102	102
Курсовой проект	+	+
Часы на контроль	36	36
Виды промежуточной аттестации - экзамен	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	180	180
зач.ед.	5	5

очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Аудиторные занятия (всего)	32	32
В том числе:		
Лекции	8	8

в том числе в электронной форме	4	4
Практические занятия (ПЗ)	24	24
в том числе в форме практической подготовки	6	6
в электронной форме	8	8
Самостоятельная работа	112	112
Курсовая работа	+	+
Часы на контроль	36	36
Виды промежуточной аттестации - экзамен	+	+
Общая трудоемкость: академические часы	180	180
зач. ед.	5	5

5.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Основы стратегического управления развитием предприятия	Понятие стратегического управления, отличительные признаки стратегического подхода к развитию предприятия в сравнении с оперативным. Этапы становления стратегического управления как науки и практики управления. Современная концепция устойчивого развития. Проблемы стратегического управления. Функции и этапы стратегического управления. Модель Венсिला-Лагранжа. Объекты стратегического управления. Многомерные структуры управления и развитие интегрированных организационно-производственных структур.	4	4	20	28
		в том числе электронная форма обучения	2			2
		практическая подготовка обучающихся		2		2
2	Формирование и реализация стратегии развития бизнеса	Классификация стратегий развития бизнеса. Уровни разработки стратегий. Стратегия красного и голубого океана. Общие стратегии развития. Матрицы выбора направлений стратегического развития. Процесс формирования и реализации стратегии развития компании.	4	6	20	30
		в том числе электронная форма обучения	4	2		6
		практическая подготовка обучающихся		2		2

3	Корпоративные стратегии развития бизнеса	Понятие диверсификации, ее виды, преимущества и ограничения. Вертикальная интеграция и пути реализации. Горизонтальная интеграция в бизнес-структурах. Варианты слияний и поглощений компаний. Методология выбора корпоративной стратегии развития. Международные стратегии присутствия и развития бизнеса.	4	4	20	28
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>	2	2		4
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>		2		
4	Конкурентные стратегии развития бизнеса	Классификация конкурентных (деловых) стратегий развития бизнеса. Варианты дифференциации: сервисная, продуктовая, имиджевая. Понятие «зонтичного бренда». Стратегия лидерства в издержках и пути ее реализации. Стратегия фокусирования. Методология выбора конкурентных стратегий развития бизнеса.	2	4	20	26
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>	2	2		4
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>		2		2
5	Функциональные стратегии развития бизнеса	Классификация функциональных стратегий развития. Варианты стратегии маркетинга. Производственная стратегия и программы организации производства. Логистическая стратегия развития. Стратегические решения в области управления персоналом. Инвестиционная стратегия. Финансовая стратегия. Стратегический план как инструмент обоснования стратегических решений по развитию бизнеса.	4	6	22	32
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>	4	2		6
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>		2		2
Итого			18	24	102	144
Контроль						36
Итого по дисциплине			18	24	102	180

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Основы стратегического управления развитием предприятия	Понятие стратегического управления, отличительные признаки стратегического подхода к развитию предприятия в сравнении с оперативным. Этапы становления стратегического управления как науки и практики управления. Современная концепция устойчивого развития. Проблемы стратегического управления. Функции и этапы стратегического управления. Модель	1	4	20	25

		Венсила-Лагранжа. Объекты стратегического управления. Многомерные структуры управления и развитие интегрированных организационно-производственных структур.				
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>				
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>				
2	Формирование и реализация стратегии развития бизнеса	Классификация стратегий развития бизнеса. Уровни разработки стратегий. Стратегия красного и голубого океана. Общие стратегии развития. Матрицы выбора направлений стратегического развития. Процесс формирования и реализации стратегии развития компании.	1	6	20	27
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>		2		2
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>		2		2
3	Корпоративные стратегии развития бизнеса	Понятие диверсификации, ее виды, преимущества и ограничения. Вертикальная интеграция и пути реализации. Горизонтальная интеграция в бизнес-структурах. Варианты слияний и поглощений компаний. Методология выбора корпоративной стратегии развития. Международные стратегии присутствия и развития бизнеса.	2	4	20	26
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>	2	2		4
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>		2		2
4	Конкурентные стратегии развития бизнеса	Классификация конкурентных (деловых) стратегий развития бизнеса. Варианты дифференциации: сервисная, продуктовая, имиджевая. Понятие «зонтичного бренда». Стратегия лидерства в издержках и пути ее реализации. Стратегия фокусирования. Методология выбора конкурентных стратегий развития бизнеса.	2	4	20	26
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>	2	2		4
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>		2		2
5	Функциональные стратегии развития бизнеса	Классификация функциональных стратегий развития. Варианты стратегии маркетинга. Производственная стратегия и программы организации производства. Логистическая стратегия развития. Стратегические решения в области управления персоналом. Инвестиционная стратегия. Финансовая стратегия. Стратегический план как инструмент обоснования стратегических решений по развитию бизнеса.	2	6	32	40
		<i>в том числе электронная форма обучения</i>		2		2
		<i>практическая подготовка обучающихся</i>				
Итого			8	24	112	144
Контроль						36

Итого по дисциплине	8	24	112	180
---------------------	---	----	-----	-----

Практическая подготовка при освоении дисциплины (модуля) проводится путем непосредственного выполнения обучающимися отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, способствующих формированию, закреплению и развитию практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы на практических занятиях.

№ п/п	Перечень выполняемых обучающимися отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью	Формируемые профессиональные компетенции
Практические занятия		
1	Расчет прогнозов по сценариям развития	ПК-3
2	Построение стратегической канвы для выбора управленческих решений	ПК-1
3	Матричный подход при выборе корпоративной стратегии развития бизнеса	ПК-1
4	Применение матрицы И. Ансоффа для выбора конкурентной стратегии	ПК-1, ПК-4
5	Формирование стратегического плана развития компании	ПК-4

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

5.3 Перечень практических занятий

5.3.1 Очная форма обучения

№ п/п	Тема и содержание практического занятия	Объем часов	В т.ч. в электр. форме	Виды контроля
Тема 1 «Основы стратегического управления развитием предприятия»				
1	Идентификация стратегических решений по развитию бизнеса	2		устный опрос, письменные задания
2	Расчет прогнозов по сценариям развития	2		устный опрос, письменные задания, тестовый контроль
Тема 2 «Формирование и реализация стратегии развития бизнеса»				
3	Построение стратегической канвы для выбора управленческих решений	2	2	устный опрос, письменные задания
4	Оценка текущих стратегий компаний	2		устный опрос, письменные задания
5	Построение дерева целей для выбора стратегических решений	2		устный опрос, письменные задания, тестовый контроль
Тема 3 «Корпоративные стратегии развития бизнеса»				
6	Матричный подход при выборе корпоративной стратегии развития бизнеса: матрица BCG	2	2	устный опрос, письменные задания

7	Матричный подход при выборе корпоративной стратегии развития бизнеса: матрица McKinsey, ADL	2		письменные задания, тестовый контроль
Тема 4 «Конкурентные стратегии развития бизнеса»				
8	Применение матрицы И. Ансоффа для выбора конкурентной стратегии	2	2	устный опрос, письменные задания
9	Выбор конкурентной стратегии развития бизнеса	2		устный опрос, письменные задания, тестовый контроль
Тема 5 «Функциональные стратегии развития бизнеса»				
10	Формирование стратегического плана развития компании	2	2	письменные задания
11	Морфологический анализ по выбору стратегических решений в функциональных областях деятельности	2		устный опрос, письменные задания
12	Оценка стратегических решений	2		письменные задания, тестовый контроль
	Итого	24	8	

5.3.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема и содержание практического занятия	Объем часов	В т.ч. в электр. форме	Виды контроля
Тема 1 «Основы стратегического управления развитием предприятия»				
1	Идентификация стратегических решений по развитию бизнеса	2		устный опрос, письменные задания
2	Расчет прогнозов по сценариям развития	2		устный опрос, письменные задания, тестовый контроль
Тема 2 «Формирование и реализация стратегии развития бизнеса»				
3	Построение стратегической канвы для выбора управленческих решений	2	2	устный опрос, письменные задания
4	Оценка текущих стратегий компаний	2		устный опрос, письменные задания
5	Построение дерева целей для выбора стратегических решений	2		устный опрос, письменные задания, тестовый контроль
Тема 3 «Корпоративные стратегии развития бизнеса»				
6	Матричный подход при выборе корпоративной стратегии развития бизнеса: матрица BCG	2	2	устный опрос, письменные задания
7	Матричный подход при выборе корпоративной стратегии развития бизнеса: матрица McKinsey, ADL	2		письменные задания, тестовый контроль
Тема 4 «Конкурентные стратегии развития бизнеса»				

8	Применение матрицы И. Ансоффа для выбора конкурентной стратегии	2	2	устный опрос
9	Выбор конкурентной стратегии развития бизнеса	2		устный опрос, письменные задания, тестовый контроль
Тема 5 «Функциональные стратегии развития бизнеса»				
10	Формирование стратегического плана развития компании	2	2	письменные задания
11	Морфологический анализ по выбору стратегических решений в функциональных областях деятельности	2		устный опрос, письменные задания
12	Оценка стратегических решений	2		письменные задания, тестовый контроль
	Итого	24	8	

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины предусматривает выполнение курсовой работы во 2 семестре для очной формы обучения, в 4 семестре для очно-заочной формы обучения.

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине:

1. Система показателей оценки эффективности стратегических решений компании;
2. Программно-целевой подход к реализации стратегии развития бизнеса;
3. Анализ системы стратегического управления развитием предприятия;
4. Современные методы и инструменты оценки и контроля выполнения стратегии развития компании;
5. Реализация стратегии лидерства в издержках как фактор обеспечения развития бизнеса;
6. Методика и методология выбора стратегии развития бизнеса;
7. Проект реструктуризации компании;
8. Роль организационной структуры с позиции выполнения стратегии развития бизнеса;
9. Роль организационной культуры в реализации стратегии развития бизнеса;
10. Разработка или совершенствование корпоративной стратегии предприятия;
11. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия;
12. Разработка стратегии коммерциализации разработок компании;
13. Разработка производственной стратегии предприятия;
14. Совершенствование стратегии управления персоналом предприятия;
15. Инновационно-инвестиционная стратегия развития бизнеса;
16. Финансовая или инвестиционная стратегия развития бизнеса;
17. Проект совершенствования логистической стратегии предприятия;
18. Особенности стратегии роста малых инновационных предприятий;
19. Реализация стратегии диверсификации на предприятиях ОПК;

21. Реализация стратегии вертикальной интеграции;
22. Многофункциональная и глобальная конкуренция как фактор совершенствования стратегического управления на предприятии;
23. Шесть типов выхода фирмы на международный уровень;
24. Мотивация стратегических изменений;
25. Мировые лидеры стратегических изменений;
26. Стратегия внешнеэкономической деятельности компании;
27. Стратегический потенциал организации;
28. Франчайзинг как стратегия развития бизнеса.

Задачи, решаемые при выполнении курсовых работ:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений по дисциплине;
- углубление теоретических знаний в соответствии с выбранной темой;
- развитие навыков проводить количественное и качественное обоснование и выбор стратегических решений.

7.ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

7.1.1Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«неаттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Неаттестован
ПК-1	Знать - классификацию стратегий развития компании;	Активная работа на практических занятиях, отвечает на теоретические вопросы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь - количественно и качественно обосновать стратегические решения, направленные на повышение эффективности развития бизнеса	Выполнение заданий по количественной и/или качественной оценке стратегических решений	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть - навыками принятия решений, направленных на эффективное использование потенциала для развития бизнеса	Решение задач по анализу рынка и разработке стратегий	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-3	Знать - основные понятия, методы и инструменты стратегического анализа	Активная работа на практических занятиях, отвечает на теоретические вопросы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь - провести ситуационный	Выполнение заданий по ситуационному анализу в	Выполнение работ в срок,	Невыполнение работ в срок,

	анализ;	кейсах	предусмотренный в рабочих программах	предусмотренный в рабочих программах
	Владеть - навыками обоснования и разработки управленческих решений	Решение задач и ситуаций для анализа	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-4	Знать - функциональные стратегии развития компании;	Активная работа на практических занятиях, отвечает на теоретические вопросы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь - выбрать наиболее эффективные решения по развитию бизнеса;	Выполнение заданий по составлению матриц выбора	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть - навыками разработки стратегического плана развития	Решение задач по выбору наиболее эффективных альтернативных стратегических решений	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 2 семестре для очной формы обучения, 4 семестре для очно-заочной формы обучения, по четырехбалльной системе:

«отлично»;
«хорошо»;
«удовлетворительно»;
«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ПК-1	Знать - классификацию стратегий развития компании;	Ответы на тест	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Выполнение теста на 90-100%	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности. Выполнение теста на 80-90%	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены грубые ошибки. Выполнение теста на 70-80%	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь - количественно и качественно обосновать стратегические решения, направленные на повышение эффективности развития бизнеса	Решение стандартных практических заданий по выбору стратегических решений	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания некоторыми	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с небольшими ошибками. Выполнены	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.

			погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.	погрешностями. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	
	владеть - навыками принятия решений, направленных на эффективное использование потенциала для развития бизнеса	Решение прикладных заданий по оценке возможностей роста компании	Продемонстрированы все основные навыков. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении прикладных заданий некоторыми недочетами.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения прикладных заданий некоторыми недочетами.	При выполнении прикладных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки
ПК-3	Знать - основные понятия, методы и инструменты стратегического анализа	Ответы на тест	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Выполнение теста на 90-100%	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности. Выполнение теста на 80-90%	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены негрубые ошибки. Выполнение теста на 70-80%	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь - провести ситуационный анализ;	Решение стандартных практических заданий по оценке факторов, влияющих на стратегическое решение	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.
	Владеть - навыками обоснования и разработки управленческих решений	Решение прикладных заданий по оценке стратегических решений	Продемонстрированы все основные навыков. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении прикладных заданий некоторыми недочетами.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения прикладных заданий некоторыми недочетами.	При выполнении прикладных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки

			ые задания без ошибок и погрешностей. Проявлен творческий подход к решению нестандартных задач.	недостатками.	недостатками.	
ПК-4	Знать функциональные стратегии развития компании;	Ответы на тест	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Выполнение теста на 90-100%	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности. Выполнение теста на 80-90%	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены негрубые ошибки. Выполнение теста на 70-80%	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь - выбрать наиболее эффективные решения по развитию бизнеса;	Решение стандартных практических заданий по выбору стратегических решений	Проявлены все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недостатков.	Проявлены все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания с некоторыми погрешностями. Задания выполнены в полном объеме без недостатков.	Проявлены основные умения. Выполнены типовые задания с некоторыми грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.
	Владеть - навыками разработки стратегического плана развития	Решение прикладных заданий по формированию путей развития бизнеса	Проявлены все основные навыки. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Проявлен творческий подход к решению нестандартных задач.	Проявлены базовые навыки при выполнении прикладных заданий некоторыми недостатками.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения прикладных заданий некоторыми недостатками.	При выполнении прикладных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Выберите важнейшие вопросы, в ответе на которые заключается сущность стратегического управления:
 - а) в каком положении объект находится в настоящее время;
 - б) какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к объекту;
 - в) реальны ли установленные перспективные цели;
 - г) в каком положении объект желал бы находиться через три, пять, десять лет;
 - д) каким способом достигнуть желаемого положения?
2. Для того, чтобы успешно противостоять среде, сложность и быстрота принятия решений в объекте стратегического управления должны:
 - а) возможно ниже сложности и быстроты изменений, происходящих в среде
 - б) соответствовать сложности и скорости изменений, происходящих в среде
 - в) быть выше сложности и быстроты изменений, происходящих в среде
3. Что представляет собой стратегическое управление?
 - а) организационно-управленческий механизм подчинения производства потреблению;
 - б) долгосрочный результат, который стремится достичь объект для осуществления своей миссии;
 - в) источник формирования конкурентного преимущества;
 - г) процесс, определяющий последовательность действий организации по выработке и реализации стратегии;
 - д) средство достижения конечного результата.
4. Что является связующим звеном между этапами "планирование" и "реализация" в системе стратегического управления?
 - а) контроль;
 - б) анализ;
 - в) миссия;
 - г) постановка задач;
 - д) стратегический ориентир.
5. Отсутствие какого критерия качества поставленных целей ведет к конфликту между объектами целеполагания:
 - а) достижимость
 - б) сопоставимость
 - в) конкретность и измеримость
 - г) гибкость
6. это тенденции, при правильной стратегической реакции на которые объект добивается существенного увеличения экономических показателей:
 - а) сильные стороны
 - б) возможности
7. Позиции, по которым стратегический план отличается от других видов плана:
 - а) – структура
 - б) - степень точности
 - в) - объем
 - г) - период действия
 - д) - стиль изложения
 - е) – цели
8. Стратегия дифференциации лучше всего работает когда
 - а) -существует много отличительных характеристик продукции, которые ценятся потребителями

- b) -у производителя существует много способов разнообразить свой продукт
- c) -преобладает ценовая конкуренция
- d) -в каждом из перечисленных случаев

9. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей территории, направленный на оценку текущего состояния, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:

- a) PEST – анализ;
- b) SWOT – анализ;
- в) управленческий анализ;
- г) проблемный анализ.

10. По очередности достижения цели делятся на:

- a) большие и малые;
- b) краткосрочные, промежуточные и долгосрочные;
- в) конкурирующие, независимые и дополнительные;
- г) экономические и социальные.

7.2.2 Примерный перечень стандартных заданий

Задание 1: Выберите один правильный ответ и обоснуйте свой выбор.

Доля рынка исследуемой компании составляет 34%, ближайшего конкурента 15%. Объем реализации продукции за последние десять лет изменялся незначительно. Определите продуктовую стратегию для исследуемого продукта:

- 1. Сокращать объемы производства продукции и постепенно убирать из продуктового портфеля предприятия;
- 2. Поддержание прибыльности продукта и инвестиции в другие подразделения
- 3. Развитие товара и до уровня «звезды»
- 4. Осуществление инвестиций в рост звезды.

Задание 2:

Компания обладает конкурентным преимуществом в научных исследованиях. Имеет положительный опыт внедрения инноваций в производственный процесс. Для усиления конкурентного преимущества в отрасли какие необходимо развивать компетенции в дальнейшем?

Задание 3:

Крупная промышленная компания снизила издержки за счет стандартизации продукции и массового производства изделий. У поставщиков удалось получить фирме значительную скидку на приобретение материала и комплектующих. Текущее положение позволяет добиться снижения каких видов риска?

Задание 4:

Компании необходимо добиться нескольких целей: завоевать 3% рынка в последующие два года; снизить количество рекламаций на 15% за два года; снизить потери рабочего времени на 12%; повысить производительность труда на 20%. Необходимо определить иерархию взаимосвязанных целей (выявить главную цель и цель первого уровня)

Задание 5:

Анализ рынка позволил определить, что для предприятия привлекательность отрасли находится на высоком уровне. Дополнительные маркетинговые исследования установили, что конкурентоспособность выше среднего уровня. На основе стратегических указаний по позициям модели GE/McKinsey, определите стратегическое направление развития продукта:

- 1. Инвестировать, чтобы удерживать занятую позицию и следовать за развитием рынка
- 2. Инвестировать в целях улучшения занимаемой позиции в сторону повышения конкурентоспособности
- 3. Инвестировать, чтобы восстановить утерянную позицию
- 4. Деинвестировать и уйти с рынка.

Задание 6.

Предприятие А решает принять к реализации стратегию дифференциации.

Охарактеризуйте в чем она будет заключаться и предположите возможные изменения в структуре управления предприятия. Ответ обоснуйте.

Задание 7.

Предприятие С решает принять к реализации стратегию централизованной диверсификации. Охарактеризуйте в чем она будет заключаться и предположите возможные изменения в структуре управления предприятия. Ответ обоснуйте.

Задание 8.

Охарактеризуйте преимущества и недостатки стратегии лидерства в издержках. От каких угроз экономической безопасности она защищает предприятие?

Задание 9.

Предприятие А решает принять к реализации стратегию лидерства в издержках. Охарактеризуйте в чем она будет заключаться и укажите, подходит ли такая стратегия инновационным компаниям. Ответ обоснуйте.

Задание 10.

Предприятие А решает принять к реализации стратегию несвязанной централизованной диверсификации путем расширения номенклатуры. Охарактеризуйте в чем она будет заключаться и предположите возможные изменения в структуре управления предприятия. Ответ обоснуйте.

7.2.3 Примерный перечень прикладных заданий

1. Задание:

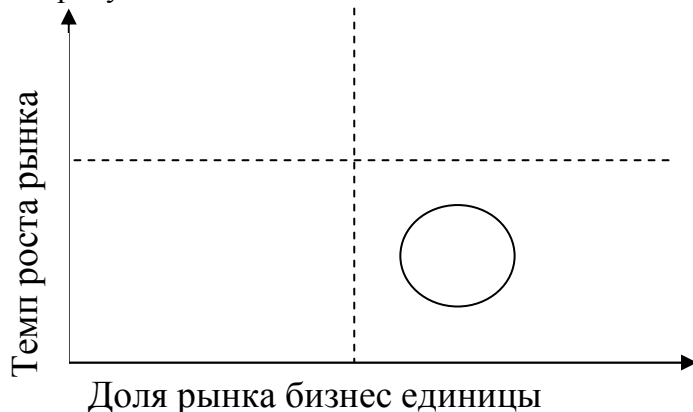
Сформулируйте видение и миссию предприятия, занимающегося разработкой, производством и поставкой генераторов постоянного тока для космических аппаратов.

2. Задание:

Предприятие планирует развивать компанию на основе установления контроля и объединения с поставщиками. Какую в данном случае целесообразно использовать стратегию и почему?

3. Задание:

На основе матрицы Бостонской консалтинговой группы (рис.1) определите стратегию развития продукта



4. Задание:

На рисунке 1 представлена матрица БКГ компании «Уралмашина». Исходя из матрицы – дайте представление о продуктовом портфеле предприятия и предложите стратегические решения по его оптимизации (по каждому продукту).

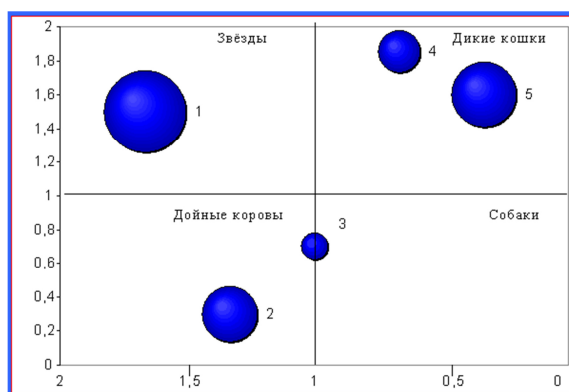


Рис.1 Результаты портфельного анализа «Уралмашина»

5. Задание:

Постройте матрицу БКГ компании, используя данные по продуктовому портфелю, представленные в таблице. По результатам, отраженным в матрице, дайте рекомендации компании относительно оптимизации продуктовой стратегии (в целом для компании).

Таблица 1 - Характеристика продуктового портфеля компании

Продукция	Объем реализации по годам, тыс.руб.			Доля на 2023 г., %	
	2021	2022	2023	компания	ведущий конкурент
A	680	1385	1450	5	15
B	370	380	500	15	17
C	890	150	121	15	7
D	1780	1680	2200	42	8
E	1450	3210	4110	44	23

Задание 6.

Охарактеризуйте стратегию вертикальной интеграции (прямую и обратную), укажите ее преимущества и ограничения. Приведите примеры организаций, которые используют такой вид стратегии.

Задание 7.

Постройте матрицу McKinsey/GE для компании, используя данные по продуктовому портфелю и характеристики рынка, представленные в таблице 2. По результатам, отраженным в матрице, дайте рекомендации компании относительно направлений инвестирования, оптимизации продуктового портфеля и маркетинговой стратегии.

Таблица 1 - Характеристика рынка и продуктового портфеля компании

Показатель	Продукты компании		
	A	B	C
1.1 Относительная доля рынка	Низкая	Средняя	Средняя
1.2 Способность конкурировать по ценам и качеству	Средняя	Средняя	Низкая
1.3 Технологические преимущества	Низкие	Высокие	Средние
1.4 Маркетинговые преимущества	Низкие	Средние	Средние
1.5 Знание потребителей и рынка	Низкое	Средние	Низкое
2.1 Размер рынка и темпы	Высокий	Средние	Средние
2.2 Конкуренция	Высокая	Высокая	Низкая
2.3 Прибыльность рынка	Средняя	Средняя	Средняя
2.4 Требования к технологиям	Высокие	Низкие	Низкие
2.5 Барьеры входа-выхода	Высокие	Средние	Средние
3 Доля продукции в общем портфеле	20%	30%	50%

предприятия			
-------------	--	--	--

Задание 8.

Crocs (Крокс) – американская обувная компания, известная благодаря сабо из полимерного материала Крослайт (Croslite). Crocs – относительно молодая компания. Ее история началась в 2002 году, когда три друга из Колорадо – Скотт Симанс (Scott Seamans), Линдон «Дьюк» Хэнсон (Lyndon “Duke” Hanson) и Джордж Бодекер мл. (George Boedecker, Jr) – решили вместе разработать новый вид обуви для парусного спорта и яхтинга. Их целью было создание максимально удобной обуви, которая не скользила бы на мокром полу.

Над дизайном друзья особо не думали. Главным, по их мнению, был материал. Подходящую основу они искали долго, пересматривая множество вариантов. В конце концов, друзья нашли небольшую канадскую компанию Creations Foam, которая производила мягкий материал на основе вспененной смолы. Из нее они и сделали первую модель своих сабо, которую назвали «Beach». В том же году они отправились во Флориду на лодочную выставку Fort Lauderdale Boat Show, захватив с собой сделанные ими 200 пар новой обуви. На выставке их сабо произвели такой фурор, что все 200 пар были распроданы буквально за несколько часов.

Впечатленные успехом, друзья решили основать целую компанию. Они назвали ее Crocs – словом, производным от «крокодил», потому что внешне их знаменитые сабо были похожи на голову этого животного. Компания быстро развивалась, а ее продукция стала пользоваться популярностью не только среди яхтсменов, но и среди далеких от спорта людей. Уже в 2004 году основатели Crocs смогли купить ту самую канадскую компанию Creations Foam, которая ранее поставляла им материал для производства обуви. Этот материал был назван Крослайт (Croslite) и стал главной особенностью кроксов.

Многие принимают Крослайт за обычную резину, однако это не так. Крослайт – натуральный материал, сделанный на основе вспененной смолы. Он легче и прочнее, чем резина, а, главное, под действием температуры принимает форму стопы, что исключает возможность натереть мозоль и позволяет носить кроксы на голую ногу. Также Крослайт обладает антибактериальными свойствами, которые не дают появляться неприятному запаху. Благодаря ортопедическим свойствам, эта обувь рекомендуется тем, кто целый день проводит на ногах, а также страдающим от болезней суставов. В некоторых клиниках США и Канады кроксы даже входят в униформу врачей.

В 2005 году компания стала завоевывать Европу, открыв огромный склад в Нидерландах.

В 2008 году Crocs вышла и на Российский рынок. Первым открылся магазин в Москве в ТРЦ «МЕГА Белая Дача». Компания активно развивается, на настоящий момент в Москве открыто 20 фирменных магазинов. Обувь Crocs продается по всей стране, в более чем 100 городах России, в том числе в Санкт Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и т.д.

Сейчас, помимо знаменитых сабо, Crocs производит кеды, балетки, сапоги и другие виды обуви: всего 5 миллионов пар в год. Также, помимо обуви, выпускаются солнцезащитные очки, часы и чемоданы. Тем, кто уж слишком недоволен дизайном кроксов, производители предлагают так называемые Джиббитц (Jibbitz) - небольшие фигурки в виде цветочков, бабочек и зверюшек, которые можно прикрепить к кроксам по своему вкусу и усмотрению. Особенной популярностью такие украшения пользуются у детей. (Источник: wiki.wildberries.ru)

Вопросы по ситуации:

- 1) Охарактеризуйте стратегии, которые применила компания на различных этапах развития. Обоснуйте свои выводы.
- 2) Как Вы считаете, какую конкурентную стратегию по классификации М.Портера выбрала компания в настоящее время (укажите вид)?
- 3) Сформируйте перечень факторов прямого и косвенного воздействия, предопределивших успех компании на рынке и выбор той или иной стратегии.

Задание 9.

Появление «Киндер-Сюрприза» неразрывно связано с историей развития крупной

итальянской компании по производству шоколадных изделий — Ферреро. Эта фирма, конечно же, не всегда была таким гигантом, коей она является теперь (а ее годовой оборот составляет более 6 миллиардов евро). Ее история уходит корнями в 40-е года прошлого столетия — во времена Второй Мировой Войны. Основателем первой торговой лавки в итальянском городе Турин был Пьетро Ферреро. Этот человек отличался веселым нравом, находчивостью и неугасимым оптимизмом. Именно он заложил основы дальнейшего развития своей фирмы, которая подарила миру такие вкусные изобретения, как конфеты «Рафаэлло», драже «Тик-Так», шоколадную пасту «Нутелла» и конечно же, оригинальное яйцо с игрушкой внутри — «Киндер-Сюрприз».

Необходимо отметить, что Пьетро начал этот бизнес не самостоятельно — небольшая булочная перешла ему по наследству от отца еще в 1930 году. Однако по причине задорного и порывистого нрава, Пьетро тянуло к более интересной и разнообразной деятельности, и вскоре обычная булочная превратилась в кондитерский магазин. Здесь то и раскрылись все грани таланта Ферреро как кондитера — он экспериментировал с продуктами, и в этом ему помогала верная жена Пьера.

Однако с началом Второй Мировой, семейная пара вынуждена была переехать на север Италии, в город Альба, где в 1942 году они вновь открыли кондитерскую и продолжили экспериментировать с рецептами сладких блюд. На новом месте их ждал оглушительный успех, их шоколадные изделия пользовались невероятной популярностью в родной Италии, а со временем и во всем мире. В 1946 году в Альбе начинает работать первая фабрика «Ферреро». А еще через 10 лет компания выходит за пределы Италии и становится международной фирмой, открыв первое иностранное представительство в Германии.

Но вернемся к рассказу о появлении «Киндер-Сюрприза», знаменитого детского развлечения — вкусного, полезного и веселого. Сама идея «игрушки в яйце» не нова. Известно, что еще до войны в СССР продавались так называемые «шоколадные бомбы», в которые вкладывались деревянные матрешки, кувшинчики, сердечки и другие приятные мелочи для детской радости. К тому же и в самой Италии существует старинная традиция: к Пасхе родители пекут детям пирожные в виде яичка, куда вкладывают какой-нибудь небольшой сюрприз: игрушку или монетку. Именно эту традицию взял за основу Микеле Ферреро — 24-летний сын Пьетро и продолжатель семейного бизнеса. Микеле с детства не любил молоко, и всегда отказывался от употребления данного полезного напитка. В связи с этим ему пришла в голову замечательная мысль: выпустить серию детских кондитерских изделий с повышенным содержанием молока: до 42%. Так появилась серия «Киндер».

Разумеется, изготовление яиц с сюрпризом тоже решено было делать из шоколада «Киндер» — их начали производить в 1974 году из двухслойного шоколада — молочного и белого. Начинку, пластмассовую желтую капсулу, сделали по форме натурального яичного желтка. На это новое изобретение семья Ферреро получила патент. А вот идея создания разнообразных игрушек, способных поместиться в небольшом пластмассовом яйце, принадлежит индустриальному дизайнеру, швейцарцу, Генри Роту. Именно он стоит за многими игрушками из «Киндер-Сюрприза», особенно ранними. Когда шоколадные яйца «Киндер-Сюрприз» впервые появились на прилавках, за ними выстроилась гигантская очередь. Первая партия была продана всего за час. Это было началом мании, охватившей весь мир. Не только дети, но и взрослые бросились коллекционировать содержимое «Киндер-Сюрприза».

Успеху Микеле Ферреро пытаются подражать многие. В том числе и российские бизнесмены. Так, в 1999 году в российских магазинах появились шоколадные яйца под марками «Петрушка», «Подружка» и «Чудики».

Для стран с жарким климатом яйца с игрушками внутри выпускаются Ferrero в менее «плавком» варианте под названием Kinder Joy. Вся линейка продукции «Ferrero» для детей идет под названием «Kinder». Именно по этой причине слово «kinder» (киндер) является неотъемлемой частью названия шоколадного яйца. А вот вторая часть названия, слово «surprise» переводится на его аналог, в зависимости от той страны, где оно продается. Коробки для киндеров бывают на 3, 6, 12 и 24 яйца. За год в продажу поступает больше 100 различных киндер-игрушек. Среди них пластмассовые, металлические и даже деревянные «сюрпризы».

Свое представительство в России компания «Ferrero» открыла в 1995 году. Коммерческая сеть компании «Ferrero» в настоящий момент охватывает 93 города России

(Источник: selfire.com)

Вопросы по ситуации:

- 1) Охарактеризуйте общую, конкурентную и международную (корпоративную) стратегии, которые применила компания Ferrero. Обоснуйте свои выводы.
- 2) Сформулируйте видение и миссию компании на рынке.
- 3) Сформируйте перечень факторов прямого и косвенного воздействия, предопределивших успех компании на рынке и выбор той или иной стратегии.

Задание 10.

История компании Medison началась в 1985 г., когда впервые в Республике Корея был разработан аппарат для ультразвукового исследования, SA-3000 был представлен на ежегодной специализированной выставке в Сеуле. В то время уже существовали компании производители ультразвукового оборудования, известные всему миру. Чтобы утвердиться на рынке, необходимо было не только высокое качество продукции, но и оригинальный подход в ее создании, а главное - хорошо сформулированная, ясная цель, отличающаяся от главных задач конкурентов.

Medison была первой южно-корейской компанией, получившей в 1994 году общеевропейский сертификат качества ISO 9001. Качество было достигнуто благодаря использованию высокого научного и производственного потенциала Южной Кореи. Всем хорошо известны такие компании, как Samsung, Daewoo Electronics, GoldStar (LG) и др. Используя современные технологии, корейские компании вышли на мировой рынок практически во всех областях производства электронной аппаратуры, автомобилей, товаров народного потребления. Пользуясь хорошо отлаженной производственной базой и услугами высококвалифицированных специалистов, Medison в 1988 году создал портативную модель ультразвукового сканера SA-88, который позволил фирме практически сразу выйти на мировой рынок. В том же году фирма завоевала 70% рынка диагностических систем в Корее и начала продвижение своей продукции в страны Азии, Среднего Востока, Европы и Америки.

Что же отличает компанию Medison от других фирм, производящих подобную аппаратуру? Цель компании состояла в создании такой аппаратуры, которая была бы доступна для медицинских учреждений любого ранга и частнопрактикующих врачей. При простоте использования и невысокой цене аппаратура должна осуществлять те же функции, что и элитные машины. И Medison этого добилась. За короткое время был создан мобильный УЗИ сканер SA-1500 и универсальная ультразвуковая система SA-4800, позволяющие выполнять все виды ультразвуковой диагностики. Это позволило компании завоевать пятую часть мирового рынка диагностических ультразвуковых систем. Самый массовый в мире УЗИ аппарат - SA-1500 был очень популярен и в России.

1998 г. Medison заняла лидирующие позиции как производитель УЗ-оборудования с трехмерным изображением. В этом же году впервые в мире Медисон разработала УЗ-аппараты с трехмерным изображением в реальном времени и заключила договор экспортной поставки оборудования собственной разработки на 100 млн долларов с компанией "ATL" (позднее приобретена компанией "Philips").

Несмотря на кризисный для компании 2002 г., продажу подразделения Kretztechnik, вынужденную утечку технологий, компания Medison продолжила научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, как и экспорт своей продукции более чем в 100 странах мира. Открыв свои филиалы в основных регионах, компания создала бизнес-структуру в Европе, Америке и Азии. В результате Medison, стала одной из немногих компаний, занимающихся глобальным управлением, оперируя с бизнес-подразделениями 10 международных филиалов.

По оценке рынка высокотехнологического медицинского оборудования американской медицинской международной консалтинговой компанией Frost & Sullivan - каждый пятый сканер, используемый в медицинских учреждениях всего мира, изготовлен компанией Medison (Источник: medison.ru).

Вопросы по ситуации:

- 1) Охарактеризуйте общую и функциональные стратегии, которые применила компания на различных этапах развития. Обоснуйте свои выводы.

- 2) Как Вы считаете, насколько общая стратегия и стратегия НИОКР компании взаимосвязаны?
- 3) Сформулируйте видение и миссию компании на рынке.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

Не предусмотрен учебным планом

7.2.5 Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие стратегического управления, отличительные признаки стратегического подхода к развитию предприятия в сравнении с оперативным.
2. Этапы становления стратегического управления как науки и практики управления.
3. Современная концепция устойчивого развития.
4. Проблемы стратегического управления.
5. Функции и этапы стратегического управления.
6. Модель Венсिला-Лагранжа. Объекты стратегического управления.
7. Многомерные структуры управления и развитие интегрированных организационно-производственных структур.
8. Классификация стратегий развития бизнеса.
9. Уровни разработки стратегий.
10. Стратегия красного и голубого океана.
11. Общие стратегии развития.
12. Матрицы выбора направлений стратегического развития.
13. Процесс формирования и реализации стратегии развития компании.
14. Понятие диверсификации, ее виды, преимущества и ограничения.
15. Вертикальная интеграция и пути реализации.
16. Горизонтальная интеграция в бизнес-структурах.
17. Варианты слияний и поглощений компаний.
18. Методология выбора корпоративной стратегии развития.
19. Международные стратегии присутствия и развития бизнеса.
20. Классификация конкурентных (деловых) стратегий развития бизнеса.
21. Варианты дифференциации: сервисная, продуктовая, имиджевая.
22. Понятие «зонтичного бренда».
23. Стратегия лидерства в издержках и пути ее реализации.
24. Стратегия фокусирования.
25. Методология выбора конкурентных стратегий развития бизнеса.
26. Классификация функциональных стратегий развития.
27. Варианты стратегии маркетинга.
28. Производственная стратегия и программы организации производства.
29. Логистическая стратегия развития.
30. Стратегические решения в области управления персоналом.
31. Инвестиционная стратегия.
32. Финансовая стратегия.
33. Стратегический план как инструмент обоснования стратегических решений по развитию бизнеса.

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Экзамен проводится в ЭИОС по билетам, каждый из которых содержит 24 теоретических тестовых вопроса, 2 стандартных задания, 1 прикладное задание. Каждый правильный ответ на тестовый вопрос оценивается в 0,5 балла, стандартные задания в 2 балла, прикладное задание оцениваются в 4 балла. Максимальное количество набранных баллов на экзамене – 20.

Максимальное количество набранных баллов на экзамене – 20.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 10 баллов.
2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 10 до 13 баллов.
3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 14 до 17 баллов.
4. Оценка «Отлично» ставится, если студент набрал от 18 до 20 баллов

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Основы стратегического управления развитием предприятия	ПК-1, ПК-3	Устный опрос, выполнение практических заданий, тест
2	Формирование и реализация стратегии развития бизнеса	ПК-1, ПК-3	Тест, выполнение практических заданий, выполнение курсовой работы
3	Корпоративные стратегии развития бизнеса	ПК-1, ПК-3	Тест, выполнение практических заданий, выполнение курсовой работы
4	Конкурентные стратегии развития бизнеса	ПК-1, ПК-4	Тест, выполнение практических заданий, выполнение курсовой работы
5	Функциональные стратегии развития бизнеса	ПК-4	Выполнение практических заданий, тест, защита курсовой работы

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестовая часть задания на экзамене осуществляется в ЭИОС с помощью компьютерного тестирования. Время тестирования 30 мин. Решение стандартных и прикладного задания прикрепляется обучающимся в ЭИОС. Время выполнения практических заданий – 20 минут. Затем осуществляется проверка теста и практических заданий преподавателем и выставляется предварительная оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации. Окончательная оценка выставляется после устной беседы преподавателя с обучающимся в формате видеоконференции в ЭИОС.

Защита курсовой работы осуществляется согласно требованиям, предъявляемым к работам, описанным в методических материалах, в формате видеоконференции в ЭИОС. Примерное время защиты на одного студента составляет 15 мин.

8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Рыбкина, О. В. Стратегический менеджмент / О. В. Рыбкина, В. Н.

Родионова. – Курск : Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2023. – 197 с. – ISBN 978-5-907776-17-3. – EDN MFOUVT.

2. Рыбкина О.В. Стратегическое управление развитием наукоемких производств: практикум: учебно-методическое пособие / О.В. Рыбкина, В.Н. Родионова. – Воронеж: ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет». – Воронеж: ИПЦ «Научная книга», 2024. – 157 с.

3. Рыбкина О.В. Стратегия развития наукоемких производств: Методические указания по изучению дисциплины, выполнению практических и самостоятельных работ, курсовой работы. Воронеж: Воронеж. гос. техн. ун-т, 2021. 119 с.

Дополнительная литература

1. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Под ред. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52064.html>

2. Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: учебник. – М.: Синергия, 2012 режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17046.html>

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Академическая лицензия на использование программного обеспечения MicrosoftOffice;

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Министерство экономического развития
<http://www.economy.gov.ru/minec/main>
– Госкомстат России– <http://www.gks.ru>
– Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Воронежской области – <http://voronezhstat.gks.ru>
– журнал «Эксперт» <http://www.expert.ru>
- журнал «Вестник экономической безопасности» <http://www.mag.innov.ru/>
- портал РБК <https://chr.rbc.ru/>
– журнал «Менеджмент в России и за рубежом» <http://www.mevriz.ru/>
- журнал «Российский журнал менеджмента»- <http://www.rjm.ru/>

Информационно-справочные системы:

– Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ».
– <http://window.edu.ru/>
– <https://wiki.cchgeu.ru/>

Современные профессиональные базы данных:

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>
- База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент - <https://www.cfin.ru>
- База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU - <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Базы данных Министерства экономического развития и торговли России www.economy.gov.ru
- МУЛЬТИСТАТ – многофункциональный статистический портал http://www.multistat.ru/?menu_id=1
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел Информатика и информационные технологии http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6
- База данных «Экономические исследования» ЦБ России - https://www.cbr.ru/ec_research/
- База данных по экономическим дисциплинам: <http://economicus.ru>
- Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Лекционная аудитория/виртуальная аудитория, оснащённая мультимедийным демонстрационным оборудованием (проектор, экран, звуковоспроизводящее оборудование), обеспечивающим демонстрацию мультимедиа материалов и обеспечивающая проведение занятия в ЭИОС.

Аудитория для практических занятий / виртуальная аудитория, оснащённые мультимедийным демонстрационным оборудованием (проектор, экран, звуковоспроизводящее оборудование), обеспечивающим проведение занятия в ЭИОС, демонстрацию мультимедиа материалов и представляющая возможность синхронного взаимодействия с обучающимися.

Виртуальная аудитория для консультаций в виде комнаты на платформе видеоконференции в ЭИОС, доступ к которой обеспечивается с использованием персональных средств идентификации обучающихся посредством сети Интернет, обеспечивающая возможность демонстрации экрана всех участников, а также организации диалога.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Стратегия развития бизнеса» читаются лекции, проводятся практические занятия, выполняется курсовая работа.

Основой изучения дисциплины являются дистанционные лекции в ЭИОС, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе. Часть лекционного материала предоставляется обучающемуся в виде видеолекции и изучаются самостоятельно. Такой формат позволяет в режиме паузы просмотра изучить более детально схемы и иллюстрации, определения, вызывающие затруднения.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков расчета и анализа потенциала развития бизнеса, а также разработку

управленческих решений, составляющих стратегию. Занятия проводятся путем решения конкретных заданий на занятиях, проводимых дистанционно в ЭИОС. Часть практических заданий выполняется обучающимися самостоятельно на основе поясняющих видеоматериалов и прикрепляются в ЭИОС для контроля преподавателем.

Каждая тема курса содержит контрольный тест по теме.

Методика выполнения курсовой работы изложена в методических указаниях. Выполнять этапы подготовки необходимо своевременно и в установленные сроки. Консультирование и контроль хода выполнения осуществляется дистанционно в ЭИОС по графику. Контроль усвоения материала дисциплины производится проверкой и защитой (при необходимости) контрольной работы, выступающей частью отчета по самостоятельной работе обучающегося.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Решение задач по алгоритму, разбор хозяйственных ситуаций.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, просмотр видеолекций и других обучающих видеоматериалов, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Курсовая работа	Выполнение курсовой работы способствует развитию навыков научно-исследовательской работы, в том числе развитие умения обобщать, критически оценивать теоретические положения, вырабатывать свою точку зрения. Подготовка работы включает выбор темы, составление плана, формирование содержания контрольной работы по параграфам на основе современной литературы и изучения практического опыта.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Время на подготовку к экзамену в течении трех дней эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
----------	-----------------------------	-------------------------------	--