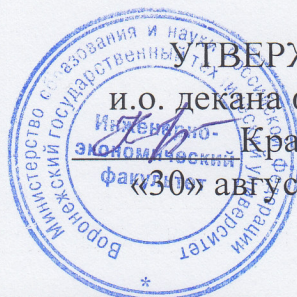


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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



УТВЕРЖДАЮ

и.о. декана факультета

Красникова А.В.

«30» августа 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Стратегический менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль Логистика и управление цепями поставок

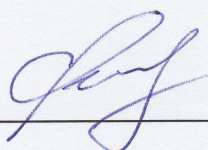
Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 5 лет

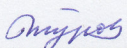
Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2017

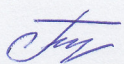
Автор программы

 /Хрусталева С.П./

Заведующий кафедрой
экономики и управления на
предприятии машиностро-
ения

 /Туровец О.Г./

Руководитель ОПОП

 /Щеголева Т.В./

Воронеж 2017

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины формирование комплекса знаний, базовых умений и практических навыков в области стратегического менеджмента, позволяющих обучающемуся осуществлять профессиональную деятельность, используя научные подходы (инструментарий стратегического управления) к выработке и реализации стратегий развития предприятия (организации)

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- формирование стратегического подхода к управлению развитием предприятия (организации);
- овладение методами стратегического анализа и получение практических навыков по их применению;
- усвоение правил и процедур выработки и реализации стратегий всех уровней иерархии управления, а также овладение практикой их использования для решения задач развития предприятия (организации) в долгосрочной перспективе

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Стратегический менеджмент» относится к дисциплинам базовой части блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ПК-3 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

ПК-5 - способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ОК-3	знать сущность и содержание процесса стратегического управления, методы анализа и прогнозирования внешней и внутренней среды
	уметь разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации
	владеть навыками применения известных типов систем стратегического управления организацией в зависимости от уровня нестабильности внешней среды
ПК-3	знать теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентных преимуществ предприятия (организации) в

	контексте стратегического менеджмента; методы разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
	уметь анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями организации; подготавливать сбалансированные управленческие решения
	владеть навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа взаимосвязи функциональных стратегий
ПК-5	знать основные концепции стратегического менеджмента, правила формулирования миссии и цели развития компании;
	уметь разрабатывать план мероприятий по реализации стратегии; разрабатывать стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности
	владеть современными инструментами взаимодействия стратегических целей и задач; навыками разработки и реализации конкурентной стратегии организации

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Стратегический менеджмент» составляет 5 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Самостоятельная работа	90	90
Часы на контроль	36	36
Виды промежуточной аттестации - экзамен	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	180	180
зач.ед.	5	5

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		9
Аудиторные занятия (всего)	16	16
В том числе:		

Лекции	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Самостоятельная работа	155	155
Часы на контроль	9	9
Виды промежуточной аттестации - экзамен	+	+
Общая трудоемкость: академические часы	180	180
зач.ед.	5	5

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Общая концепция стратегического управления	Стратегический подход к управлению организацией. Внешняя среда: возможности, угрозы, отраслевая конкуренция и анализ конкурентов. Внутренняя среда: ресурсы, внутренние способности, ключевые компетентности. Факторы, определяющие существование компании. Стратегические решения и их значение. История становления и развития стратегического управления. Концепция стратегического менеджмента. Основные составляющие и процесс стратегического управления. Общая концепция стратегического управления. Основные составляющие, этапы и процесс стратегического управления. Объекты и уровни стратегического управления. Подходы к формированию стратегических альтернатив. Характеристика школ стратегического менеджмента. Виды стратегического управления. Управление на основе решения стратегических задач. Управление по слабым сигналам. Управление в условиях стратегических неожиданностей. Принципы стратегического управления и их приложения.	4	6	14	24
2	Формирование видения, миссии и целей предприятия	Миссия и цели предприятия. Соотношение понятий миссия, видение, сфера бизнеса. Определение видения. Существующие подходы к формированию миссии. Узкое и широкое понимание миссии. Ключевые характеристики миссии. Определение общих долгосрочных целей предприятия. Направления установления целей, иерархия целей, требования к целям. Процесс установления долгосрочных целей. Факторы выработки миссии. Содержание долгосрочных целей по основным направлениям деятельности предприятия.	4	6	14	24
3	Стратегический анализ внешней и внутренней среды	Анализ внешнего окружения Предприятия. Внешняя среда как объект стратегического анализа. Характеристика и цели анализа	4	6	14	24

	предприятия	внешнего окружения предприятия. Общий методический подход к анализу внешнего окружения. PEST – анализ макросреды предприятия. Анализ общей ситуации и конкуренции в отрасли. Модель пяти сил конкуренции М.Портера. Деловой комплексный анализ. Ключевые факторы успеха различных отраслей. Анализ ресурсов предприятия Внутренняя среда как объект стратегического анализа. Цели и принципы стратегического анализа внутренней среды. Определение сильных и слабых сторон предприятия. Понятие стратегического потенциала и конкурентных преимуществ. Методы анализа внутренней среды: SWOT – анализ, стратегический анализ издержек и «цепочка ценностей». Концепция ключевых компетенций. Дополнительные сферы анализа внутренней среды: управление персоналом, организационная культура, финансы и учет.				
4	Формирование стратегии предприятия	Формирование конкурентной стратегии Понятие и виды конкурентных преимуществ. Базовые стратегии конкуренции М. Портера: минимизация издержек, дифференциация продукции, фокусирование (узкая специализация). Стратегия конкуренции на различных этапах жизненного цикла отрасли и предприятия. Выбор стратегии конкуренции на основе анализа цепочки ценностей. Виды стратегий конкурентной борьбы: виолентная (силовая) стратегия, патиентная (нишевая) стратегия. Формирование корпоративной стратегии. Понятие и оценка преимуществ диверсификации. Типы стратегий диверсификации. Формы диверсификации. Стратегии международной диверсификации и конкурентное преимущество. Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании. Выработка корпоративной стратегии на основе анализа портфеля стратегических единиц бизнеса. Методы портфельного анализа: матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKincey. Самостоятельное изучение. Выработка стратегических решений с использованием матрицы Ансоффа. Корпоративные стратегии слияния и приобретения корпораций. Функциональные стратегии Функциональные срезы стратегического управления. Понятие и особенности формирования производственной стратегии. Содержание стратегии научно-технического развития. Стратегические решения в организации сбыта и продвижении товаров на рынок. Маркетинговые стратегии. Стратегия ценообразования.	2	6	16	24
5	Стратегическое планирование. Формирование стратегического плана развития предприятия	Сущность и особенности стратегии планирования. Структура стратегического плана. Критерии и показатели стратегического плана. Технология стратегического плана Программы стратегического развития. Методы комплексной диагностики и анализа	2	6	16	24

		предприятий. Технологические модели реструктуризации и организационного развития предприятий. Понятие конкуренции. Формирование конкурентных преимуществ (Стержневые компетенции и активы предприятия. Разработка ключевых факторов успеха. Оценка конкурентного статуса предприятия. Стратегический менеджмент выхода фирмы в сегмент рынка. Концепция стратегического маркетинга. Задачи и функции стратегического маркетинга. Методы и модели стратегического маркетинга. Стратегии маркетинга на предприятии. Ценовые стратегии. Маркетинговые программы.				
6	Реализация и контроль стратегии	Выполнение и контроль стратегии Ключевые задачи реализации стратегии. Руководство процессом выполнения стратегии. Стратегические программы и стратегическое бюджетирование. Управление стратегическими изменениями. Управление изменениями на российских предприятиях. Методы преодоления сопротивления стратегическим изменениям. Организационная структура и культура как объект стратегических изменений. Взаимосвязь организационной культуры и стратегии предприятия. Роль организационной структуры в реализации стратегии. Факторы, определяющие выбор организационной структуры. Стратегические преимущества и недостатки различных организационных структур. Практика преобразования организационных структур в процессе реализации стратегических решений.	2	6	16	24
Контроль						36
Итого			18	36	90	180

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Общая концепция стратегического управления	Стратегический подход к управлению организацией. Внешняя среда: возможности, угрозы, отраслевая конкуренция и анализ конкурентов. Внутренняя среда: ресурсы, внутренние способности, ключевые компетенции. Факторы, определяющие существование компании. Стратегические решения и их значение. История становления и развития стратегического управления. Концепция стратегического менеджмента. Основные составляющие и процесс стратегического управления. Общая концепция стратегического управления. Основные составляющие, этапы и процесс стратегического управления. Объекты и уровни стратегического управления. Подходы к формированию стратегических альтернатив. Характеристика школ стратегического менеджмента. Виды стратегического управления. Управление на основе решения стратегических задач. Управление по слабым сигналам. Управление	2	-	26	28

		в условиях стратегических неожиданностей. Принципы стратегического управления и их приложения.				
2	Формирование видения, миссии и целей предприятия	Миссия и цели предприятия Соотношение понятий миссия, видение, сфера бизнеса. Определение видения. Существующие подходы к формированию миссии. Узкое и широкое понимание миссии. Ключевые характеристики миссии. Определение общих долгосрочных целей предприятия. Направления установления целей, иерархия целей, требования к целям. Процесс установления долгосрочных целей. Факторы выработки миссии. Содержание долгосрочных целей по основным направлениям деятельности предприятия.	2	-	26	28
3	Стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия	Анализ внешнего окружения Предприятия Внешняя среда как объект стратегического анализа. Характеристика и цели анализа внешнего окружения предприятия. Общий методический подход к анализу внешнего окружения. PEST – анализ макросреды предприятия. Анализ общей ситуации и конкуренции в отрасли. Модель пяти сил конкуренции М.Портера. Деловой комплексный анализ. Ключевые факторы успеха различных отраслей. Анализ ресурсов предприятия Внутренняя среда как объект стратегического анализа. Цели и принципы стратегического анализа внутренней среды. Определение сильных и слабых сторон предприятия. Понятие стратегического потенциала и конкурентных преимуществ. Методы анализа внутренней среды: SWOT – анализ, стратегический анализ издержек и «цепочка ценностей». Концепция ключевых компетенций. Дополнительные сферы анализа внутренней среды: управление персоналом, организационная культура, финансы и учет.	2	2	26	30
4	Формирование стратегии предприятия	Формирование конкурентной стратегии Понятие и виды конкурентных преимуществ. Базовые стратегии конкуренции М. Портера: минимизация издержек, дифференциация продукции, фокусирование (узкая специализация). Стратегия конкуренции на различных этапах жизненного цикла отрасли и предприятия. Выбор стратегии конкуренции на основе анализа цепочки ценностей. Виды стратегий конкурентной борьбы: виолентная (силовая) стратегия, пациентная (нишевая) стратегия. Формирование корпоративной стратегии. Понятие и оценка преимуществ диверсификации. Типы стратегий диверсификации. Формы диверсификации. Стратегии международной диверсификации и конкурентное преимущество. Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании. Выработка корпоративной стратегии на основе анализа портфеля стратегических единиц бизнеса. Методы портфельного анализа: матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKincey.	2	2	26	30

		Самостоятельное изучение. Выработка стратегических решений с использованием матрицы Ансоффа. Корпоративные стратегии слияния и приобретения корпораций. Функциональные стратегии Функциональные срезы стратегического управления. Понятие и особенности формирования производственной стратегии. Содержание стратегии научно-технического развития. Стратегические решения в организации сбыта и продвижении товаров на рынок. Маркетинговые стратегии. Стратегия ценообразования.				
5	Стратегическое планирование. Формирование стратегического плана развития предприятия	Сущность и особенности стратегии планирования. Структура стратегического плана. Критерии и показатели стратегического плана. Технология стратегического плана Программы стратегического развития. Методы комплексной диагностики и анализа предприятий. Технологические модели реструктуризации и организационного развития предприятий. Понятие конкуренции. Формирование конкурентных преимуществ (Стержневые компетенции и активы предприятия. Разработка ключевых факторов успеха. Оценка конкурентного статуса предприятия. Стратегический менеджмент выхода фирмы в сегмент рынка. Концепция стратегического маркетинга. Задачи и функции стратегического маркетинга. Методы и модели стратегического маркетинга. Стратегии маркетинга на предприятии. Ценовые стратегии. Маркетинговые программы.	-	2	26	28
6	Реализация и контроль стратегии	Выполнение и контроль стратегии Ключевые задачи реализации стратегии. Руководство процессом выполнения стратегии. Стратегические программы и стратегическое бюджетирование. Управление стратегическими изменениями. Управление изменениями на российских предприятиях. Методы преодоления сопротивления стратегическим изменениям. Организационная структура и культура как объект стратегических изменений. Взаимосвязь организационной культуры и стратегии предприятия. Роль организационной структуры в реализации стратегии. Факторы, определяющие выбор организационной структуры. Стратегические преимущества и недостатки различных организационных структур. Практика преобразования организационных структур в процессе реализации стратегических решений.	-	2	25	27
Контроль						9
Итого			8	8	155	180

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

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

7.1.1 Этап текущего контроля

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

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ОК-3	знать сущность и содержание процесса стратегического управления, методы анализа и прогнозирования внешней и внутренней среды	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 разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации	Решение практических заданий	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-3	знать теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентных преимуществ предприятия (организации) в контексте стратегического менеджмента; методы разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	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 анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями организации; подготавливать сбалансированные управленческие решения	Решение практических заданий	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-5	знать основные концепции стратегического менеджмента, правила формулирования миссии и цели 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 разрабатывать план мероприятий по реализации стратегии; разрабатывать стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности	Решение практических заданий	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 7 семестре для очной формы обучения, 9 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Комп е- тенц ия	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ОК-3	знать сущность и содержание процесса стратегического управления, методы анализа и прогнозирования внешней и внутренней среды	Ответы на вопросы	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.
	уметь разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации	Тест	Выполнение теста на 80- 100%	Выполнение теста на 70-80%	Выполнение теста на 60- 70%	В тесте менее 60% правильных ответов
	владеть навыками применения известных типов систем стратегического управления организацией в зависимости от уровня нестабильности внешней среды	Решение прикладных заданий конкретной предметной области	Продемонстрированы все основные навыки. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрированы творчески	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении прикладных заданий с некоторыми недочетами.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения прикладных заданий с некоторыми недочетами.	При выполнении прикладных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки

			й подход к решению нестандартных задач.			
ПК-3	знать теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентных преимуществ предприятия (организации) в контексте стратегического менеджмента; методы разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Ответы на вопросы	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены негрубые ошибки.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.
	уметь анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями организации; подготавливать сбалансированные управленческие решения	Решение стандартных практических заданий	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 с 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 принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа	Решение прикладных заданий конкретной предметной области	Продемонстрированы все основные навыки. Выполнены все основные и дополнительные	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении прикладных заданий с некоторыми недочетами.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения прикладных заданий с некоторыми недочетами.	При выполнении прикладных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые

	взаимосвязи функциональных стратегий		задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.			ошибки
ПК-5	знать основные концепции стратегического менеджмента, правила формулирования миссии и цели развития компании;	Ответы на вопросы	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.
	уметь разрабатывать план мероприятий по реализации стратегии; разрабатывать стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности	Решение стандартных практических заданий	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 с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не 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 современными инструментами взаимодействия стратегических целей и задач; навыками разработки и реализации конкурентной стратегии организации	Решение прикладных заданий конкретной предметной области	Продемонстрированы все основные навыки. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении прикладных заданий с некоторыми недочетами.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения прикладных заданий с некоторыми недочетами.	При выполнении прикладных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки

			Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.			
--	--	--	--	--	--	--

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. Стратегическое планирование – это:

а. Комплекс мероприятий, направленных на решение первостепенных целей и задач фирмы

б. Процесс разработки стратегии фирмы, при котором план развития конкретизируется на длительный период с подробным описанием решений и действий, необходимых для достижения целей плана

в. Процесс создания заданий для каждого члена трудового коллектива фирмы

2. Виды корпоративной стратегии диверсификации:

а. Связанная и несвязанная

б. Общая и частная

в. Конкретная и абстрактная

3. Высший уровень стратегического менеджмента – это:

а. Корпоративный

б. Деловой

в. Общественный

4. Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:

а. Стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы

б. Анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии

в. Стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование

5. Будущее фирмы, предсказанное методом экстраполяции исторически сложившихся тенденций развития – это:

а. Среднесрочное планирование

б. Долгосрочное планирование

в. Прогнозирование

6. Какая ошибка наиболее часто встречается при реализации новой стратегии?

а. Отсутствуют необходимые ресурсы

б. Необходимо много времени для приспособления к новым условиям рынка

в. Новая стратегия автоматически налагается на старую управленческую структуру

7 - Что предполагает оценка стоимости стратегических программ элементарным методом?

а. Выделение элементов затрат по каждой из работ, входящих в программу

б. Калькулирование затрат на каждую из работ, входящих в программу

в. Сравнительный анализ и укрупненные расчеты на основе аналогичных проектов, реализованных ранее

8. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и

слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:

- а. SWOT-анализ
- б. STEP-анализ
- в. Управленческий анализ

9. Какая из стратегий наиболее подходящая для фирм-лидеров рынка определенной отрасли?

- а. Стратегия отличительного имиджа
- б. Стратегия специализации
- в. Стратегия активной обороны

10. Что подразумевает PEST-анализ?

а. Анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, способных повлиять на деятельность фирмы

б. Группировку всех факторов внутренней среды и изучение каждой из них в контексте влияния на развитие фирмы

в. Изучение наиболее сильных конкурентов фирмы

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

Задание 1. Руководство компании «Fisher – Price Toys», специализирующейся на производстве игрушек, решило расширить свою деятельность за счет производства одежды для детей. В целях проведения маркетингового исследования путем наблюдений за покупателями маркетологи прятались за зеркалами магазинов и подслушивали, как отзывались женщины о различных моделях детской одежды.

Матери были как раз тем источником сведений, который компания надеялась найти. Маркетинговые исследования убедили компанию в том, что со своим известным именем и уникальным дизайном, она сможет найти нишу на прибыльном, но весьма опасном в плане конкуренции рынке детской одежды.

Предполагалось, что одежда для игр компании «Fisher – Price Toys» будет иметь следующие преимущества: мягкие прокладки на коленях и локтях, манжеты, которые можно отвернуть вниз, как только дети подрастут и довольно широкие вырезы горловины для детей с нестандартным размером головы.

Компания «Fisher – Price Toys», как и другие крупные компании, начала внедряться на рынок детской одежды, соблазненная предстоящим демографическим "бэби - бумом" - прогнозами роста чиста младенцев.

Но переход от игрушек к производству одежды для игр не был простым. «Fisher – Price Toys» до момента перехода работала в отрасли, где стиль и внешний вид значили гораздо больше, чем прочность и качество изделий. «Очень трудно найти позицию на рынке одежды в соответствии с функциональными и операционными возможностями фирмы» - говорил Питер Браун из консультационной фирмы по менеджменту.

Вопросы:

1. Какие существующие преимущества использовала компания «Fisher – Price Toys» при организации производства детской одежды?

2. Какие ограничивающие факторы действовали при этом?

3. Укажите, какие рыночные проблемы (возможности) «Fisher – Price Toys» должна была рассмотреть, прежде чем внедряться на рынок одежды?

4. Какие маркетинговые исследования были проведены компанией «Fisher – Price Toys»? Как вы их оцениваете?

5. Проанализируйте демографические и социально-экономические тенденции в России. Являются ли эти тенденции удачными для стратегического развития подобного рода компаний?

Задание 2. Ведущая промышленная корпорация «Fura» начала терять свои позиции на рынке. Эта компания традиционно концентрировала свою деятельность на автомобильном бизнесе. Ее автомобили заслужили высокую репутацию, которую один конкурент выразил как "неопровержимая репутация, дающая превосходство". Грузовики этой компании занимали львиную долю на мировом рынке.

Консервативные производители автомобилей «Fura» стали искать способ удержать технологическое и конкурентное преимущество перед своими соперниками. В результате было принято решение, связанное с поглощением предприятия «Electro», работающего в области

высоких технологий.

В основе политики компании «Fuga» лежало ее желание объединиться с технологиями, имеющими отношение к автомобилестроению. Электронные системы, которые могут выполнять функции контроля и управления автомобилем (торможение, управление мостом, управление рулем, контроль состояния азросреды). В свою очередь покупка акционерного общества «Electro» одной из крупнейших корпораций мира спасла его от банкротства.

Однако, не все прошло так гладко. Одной из слабых сторон корпорации явилось то, что, поглотив «Electro», компания автоматически приобрела некоторые сферы бизнеса, в которых перспективы роста либо низки, либо сомнительны, например, бытовая техника (стиральные машины, холодильники), оргтехника (электрические пишущие машинки).

За счет этого "Fuga" стала нести убытки за счет резкого падения спроса на производимое оборудование, изменения цен на энергоносители. В конце концов, "Fuga" продала эту компанию.

Вопросы:

1. Укажите, какие причины убедили менеджеров "Fuga" в необходимости стратегии диверсификации и конгломеративной интеграции.

2. Оцените "strategic fit" (стратегическое соответствие), имевшее место при приобретении компании «Electro».

3. Выделите несколько проблем, которые, на ваш взгляд, менеджеры высшего звена должны рассматривать при обсуждении стратегии развития для компании "Fuga".

Задание 3. Высшее руководство относительно небольшой компании по страхованию жизни рассматривало вопрос об установке электронной системы обработки данных. Предложение по установке соответствующего оборудования было внесено административным помощником президента компании Виктором Зарубиным. Ему ранее было поручено изучить данный вопрос в деталях. Это задание он получил после того, как в компании поработал консультант и рекомендовал основательно пересмотреть то, как спроектированы отдельные участки работы. Консультанта по управлению нанимали для выяснения причин высокой текучести кадров и их частого отсутствия на рабочем месте. После изучения ситуации и разговора с группой работников консультант рекомендовал изменить организационную структуру компании.

Существующая структура включала четыре отдела: страховой политики; страховых взносов; страховых выплат; оформления кредитов. Сотрудники этих подразделений жаловались на то, что их работа была утомительной, малозначимой и монотонной. Единственное, что их привлекало, — это специфическая, нравившаяся им атмосфера, сложившаяся в небольшой организации. Они не сомневались в том, что руководство на деле интересуется их материальным положением, но это как-то не сочеталось и даже противоречило тому, как была построена их работа.

Так, один из сотрудников сказал: «Компания небольшая, и я знаю почти каждого. Однако работа, которой я занимаюсь, такая рутинная, что я задаюсь вопросом, зачем меня вообще наняли». Подобные высказывания привели консультанта к выводу, что работа в компании должна быть перепроектирована таким образом, чтобы она стимулировала и заинтересовывала людей. Однако он понимал, что возможности в перепроектировании были ограничены существующей организационной структурой. Поэтому он и сделал компании предложение по изменению организационной структуры в сторону создания более широких и тесных связей работников с клиентами. В этом случае каждый должен будет осуществлять все операции, связанные с удовлетворением потребностей отдельного клиента.

Руководство компании очень заинтересовалось этим предложением. В действительности их привлекла серьезная обоснованность рекомендаций. Однако при этом было замечено, что для небольшой компании очень важной является стратегия поддержания качества осуществляемых операций с клиентами. Сложившаяся функциональная структура с высокой степенью специализации в работе давала возможность обеспечивать эффективность операций. Менеджер, отвечавший в компании за внутренние операции, заявил: «Если мы уйдем от специализации, то эффективность операций может снизиться. Только одно может оправдать перепроектирование работ, предлагаемое консультантом, — это поддержание качества операций на существующем уровне. В противном случае просто не понадобится делать никакую работу — нам просто придется уйти из бизнеса». Он попытался объяснить руководству компании, что, несмотря на высокую текучесть кадров и частое отсутствие сотрудников на работе, он был способен поддерживать высокий уровень производительности труда. Узкая сфера работы и ее «глубина» до минимума сократили время на обучение персонала. В этих условиях можно было нанимать

временных работников на периоды, когда было очень много работы или отсутствовали те или иные штатные работники. «Более того, — отметил он, — изменяя работу для наших рядовых сотрудников, мы должны изменить работу и для наших менеджеров. Сейчас менеджеры являются экспертами в своих функциональных областях, но мы никогда не пытались обучить их управлению сразу несколькими операциями».

Большинство руководителей компании считало, что предложения консультанта должны быть изучены более детально. Отсюда и возникла идея создать группу под руководством Виктора Зарубина с целью оценки результативности внедрения системы электронной обработки данных как средства, позволяющего обеспечить эффективность операций в сочетании с перепроектированием работ в компании. Такая работа была проведена, и ее результаты были представлены на рассмотрение руководящему составу страховой компании. «В самом худшем случае, — сказал Виктор Зарубин, — электронная обработка данных даст нам возможность удержать качество операций на существующем уровне. Однако с перепроектированием работ мы не сможем резко увеличить наши доходы. Если мои выводы окажутся верны, то, как минимум, мы окупим лишь расходы на приобретаемое оборудование, но не снизим себестоимость операций. Отсюда возникает вопрос, какой ценой мы хотим оплатить наше желание повысить удовлетворенность персонала работой».

Вопросы:

1. Какие стратегические подходы к перепроектированию деятельности рассмотрены в данной ситуации? Обсудите их.
2. Какие характеристики работы должны быть изменены, если рекомендации консультанта будут приняты руководством компании?
3. Каково было бы ваше решение в этой ситуации? Чем, по вашему мнению, должно платить руководство данной страховой компании за повышение удовлетворенности сотрудников своей работой? Докажите свою точку зрения.

Задание 4. Конструкторское бюро одного из промышленных предприятий города разработало и довело до серийного производства изделие, необходимое отрасли. Изделие получилось высокого качества и конкурентоспособное. Оно составило 80% всей выпускаемой предприятием продукции. Производство было хорошо отлажено, и предприятие постоянно выполняло заказы. Главный инженер отдал распоряжение никаких изменений, усовершенствований по данному изделию не проводить, рабочие параметры не изменять. Вследствие чего 5 лет конструкторы занимались только совершенствованием упаковки.

За это время на другом предприятии разработали аналогичное изделие, но с улучшенными эксплуатационными характеристиками. В результате на первом предприятии продукцию вынуждены были снять с производства и оно стало перестраиваться на выпуск другого изделия. Перестройка проходила очень тяжело, и предприятие в течение многих месяцев не могло выйти на заданную программу.

Вопросы:

1. Целесообразно ли было снимать с производства одно изделие и заменять его другим? Как следовало поступить в данной ситуации руководству первого предприятия?
2. Охарактеризуйте позицию главного инженера.
3. Применительно к изложенной ситуации дайте характеристику стратегического управления на первом и втором предприятиях.
4. Какие конкурентные преимущества имеет второе предприятие перед первым и почему?

Задание 5. Выделите и постройте позиционную карту стратегических групп конкурентов, действующих на орловском рынке в производстве и продаже следующих товаров (услуг):

- а) кондитерские изделия;
- б) косметические товары;
- в) прохладительные напитки;
- г) сотовые телефоны;
- д) хлебобулочные изделия;
- е) бытовая техника;
- ж) образовательные услуги

7.2.5 Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Предпосылки возникновения стратегического менеджмента.
2. Место стратегического менеджмента в системе управленческих дисциплин.
3. Основные этапы становления стратегического менеджмента.
4. Стратегический менеджмент в современных условиях.
5. Методология системного подхода в стратегическом менеджменте.
6. Сущность стратегического менеджмента.
7. Организация как объект стратегического менеджмента.
8. Структура и характеристики внутренней среды организации.
9. Структура и характеристики внешней среды организации.
10. Основные различия стратегического и оперативного управления.
11. Особенности стратегического управления.
12. Анализ среды как исходный этап стратегического менеджмента.
13. Этапы цикла стратегического менеджмента.
14. Разработка стратегического видения и миссии организации.
15. Определение стратегических целей организации.
16. Понятие и виды конкурентных преимуществ.
17. Разработка конкурентной стратегии организации.
18. Основные концепции стратегического менеджмента.
19. Понятие стратегии. Иерархия стратегий.
20. Типы бизнес-стратегий и их характеристики.
21. Характеристика стратегий концентрированного роста.
22. Характеристика стратегий интегрированного роста.
23. Характеристика стратегий диверсификационного роста.
24. Характеристика стратегий целенаправленного сокращения.
25. Понятие и характеристика внешнего окружения (среды) организации, ее взаимосвязь с элементами стратегического менеджмента.
26. Понятие и составные компоненты общей среды организации (уровня внешней среды).
27. Понятие и составные компоненты оперативной среды организации (уровня внешней среды).
28. Матрица General Electric - McKinsey преимущества и недостатки.
29. Матрица Shell (DPM).
30. Критерии отбора стратегических альтернатив.
31. Стратегия диверсификации. Цели и мотивы диверсификации.
32. Стратегия лидерства по издержкам. Сущность и особенности.
33. Стратегия дифференциации. Сущность и особенности.
34. Стратегия лидерства по издержкам. Сущность и особенности.
35. Виолетная стратегия. Сущность и особенности.
36. Патетная стратегия. Сущность и особенности.
37. Эксплорентная стратегия. Сущность и особенности.
38. Коммутантная стратегия. Сущность и особенности.
39. Стратегии конкуренции на мировых рынках.
40. Анализ конкурентной среды. Модель 5 сил М. Портера.
41. Цепочка ценности М. Портера.
42. Цели организации и факторы влияющие на них.
43. Стратегии развития рынка/продукта.
44. Стратегия интеграции. Виды. Сущность.
45. Особенности конкуренции в новых и быстрорастущих отраслях.
46. Конкуренция в отраслях, находящихся на стадии зрелости.
47. Конкуренция в отраслях, находящихся в состоянии стагнации или спада.
48. Различие между стратегическим и оперативным управлением.

49. Оценка эффективности стратегии.
50. Стратегический контроль за выполнением стратегии.
51. Методика анализа сильных и слабых сторон организации.
52. Цепочки ценности М. Портера.
53. Анализ издержек организации.
54. Стратегическое управление процессом выполнения стратегии.
55. Система ценностей М. Портера.
56. Методика ПЭСТ-анализа.
57. Стратегические изменения и их возможные варианты.
58. Модель пяти сил конкуренции М. Портера.
59. Модель анализа конкурентных позиций Гарвардской школы бизнеса.
60. Матрица Бостонской консалтинговой группы «рост- доля рынка»
61. Комплексный анализ среды: SWOT-анализ.
62. Три основных подхода к выработке стратегии М. Портера.
63. Стратегический куб как модель стратегического состояния организации.
64. Модель оценки конкурентных позиций «Дженерал Электрик – Мак Кинзи»
65. Методика структурирования целей организации.
66. Информация на разных этапах стратегического менеджмента.

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Экзамен проводится по тест-билетам, каждый из которых содержит 10 вопросов, 2 стандартные задачи, 2 прикладные задачи. Каждый правильный ответ на вопрос в тесте оценивается 1 баллом, стандартная оценивается в задаче оценивается в 2 балла, прикладная задача оценивается в 3. Максимальное количество набранных баллов – 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	Общая концепция стратегического управления	ОК-3, ПК-3, ПК-5	Устный опрос, тест.
2	Формирование видения, миссии и целей предприятия	ОК-3, ПК-3, ПК-5	Устный опрос, тест.
3	Стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия	ОК-3, ПК-3, ПК-5	Устный опрос, тест.
4	Формирование стратегии предприятия	ОК-3, ПК-3, ПК-5	Устный опрос, тест.
5	Стратегическое планирование. Формирование стратегического плана	ОК-3, ПК-3, ПК-5	Устный опрос, тест.

	развития предприятия		
6	Реализация и контроль стратегии	ОК-3, ПК-3, ПК-5	Устный опрос, тест, коллоквиум.

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

Ответы на теоретические вопросы представляются студентом на бумажном носителе. Время, отводимое на теоретические вопросы, составляет 30 минут.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Родионова В.Н. Стратегический менеджмент /В.Н. Родионова, С.П. Хрусталева. – Воронеж. -ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», 2015. – 230 с.

2. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 468 с. — ISBN 978-5-394-03480-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110941.html>

3. Гришина, С. А. Стратегический менеджмент: проектный подход : учебное пособие / С. А. Гришина, А. Н. Шишкин. — Тула : Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого, 2020. — 184 с. — ISBN 978-5-6045158-7-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107697.html>

4. Краснова, О. В. Стратегическое управление организацией : учебное пособие / О. В. Краснова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2020. — 108 с. — ISBN 978-5-7433-3376-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108702.html>

5. Стратегическое управление предприятием: теория и практика / Е. В. Михалева, Н. Ю. Малова, Я. В. Калустян [и др.]. — Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2020. — 428 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/114888.html>

Дополнительная литература

1. Родионова В.Н. Стратегический менеджмент: практикум. – Электрон. текстовые, граф. данные (903 Кб)/ В.Н. Родионова, С.П. Курбатова.- Изд. 2-е, перераб. и доп. - Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2015. 57 с.

2. Организация самостоятельной работы обучающихся: методические указания для студентов, осваивающих основные образовательные программы высшего образования – бакалавриата, специалитета, магистратуры: методические указания / сост. В.Н. Почечихина, И.Н. Крючкова, Е.И. Головина, В.Р. Демидов; ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет». – Воронеж, 2020. – 14 с.

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 Microsoft Office;

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Министерство экономического развития
<http://www.economy.gov.ru/minec/main>
– Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент)
– <http://www.rupto.ru/>.
– Госкомстат России– <http://www.gks.ru>
– Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Воронежской области – <http://voronezhstat.gks.ru>
– Федеральный образовательный портал: Экономика, Социология, Менеджмент – <http://ecsocman.ru>
– сайт о стратегическом планировании <http://www.stplan.ru/about.htm>
– журнал "Стратегический менеджмент"
<https://grebennikon.ru/journal-36.html#volume2021-2>
– научные публикации по стратегическому менеджменту
<https://creativeconomy.ru/keywords/strategicheskij-menedzhment>

Информационно-справочные системы:

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

– <https://wiki.cchgeu.ru/>

Современные профессиональные базы данных:

База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU - <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

– Федеральный образовательный портал: Экономика, Социология, Менеджмент – <http://ecsocman.ru>

– База данных по экономическим дисциплинам: <http://economicus.ru>

– Российский портал развития – <http://window.edu.ru/resource/154/49154>

– Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru>

– «Экономические исследования» ЦБ России - https://www.cbr.ru/ec_research/

– AUP.RU – Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru/>

– Ресурсы для экономистов в сети Интернет Билла <https://www.aeaweb.org/rfe/>

- справочник экономиста <https://www.profiz.ru/se/rubric/28/>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Лекционная аудитория, оснащённая демонстрационным оборудованием мультимедийным оборудованием (проектор, экран, звуковоспроизводящее оборудование), обеспечивающим демонстрацию (воспроизведение) мультимедиа материалов.

Аудитории для практических занятий.

Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованными специализированной мебелью для студентов и преподавателя, оборудованные техническими средствами обучения: компьютерами с лицензионным программным обеспечением с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно образовательную среду университета, мультимедиа-проектором, экраном.

Помещение для самостоятельной работы, укомплектованное специализированной мебелью, оборудованное техническими средствами обучения: персональными компьютерами с лицензионным программным обеспечением с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета;

Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Для проведения занятий лекционного типа используются учебно-наглядные пособия.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО

ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Стратегический менеджмент» читаются лекции, проводятся практические занятия.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков формирования и реализации стратегии предприятия. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать 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.
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, 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.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед экзаменом, экзаменом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.

6 Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	30.08.2018	
2	Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2019	
3	Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2020	
4	Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2021	
5	Актуализирован перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины	31.08.2021	