

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Современный стратегический анализ»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль Экономика и управление на предприятиях

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м. / 2 года и 3 м.

Форма обучения очная / очно-заочная / заочная

Год начала подготовки 2026

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины формирование и развитие теоретических знаний и практических навыков использования методологии стратегического анализа для принятия стратегических решений, обеспечивающих эффективность деятельности организации в конкурентной среде; получение навыков самостоятельного исследования конкурентных позиций современного предприятия (организации); на основе результатов стратегического анализа демонстрировать стратегические альтернативы развития предприятия (организации).

1.2. Задачи освоения дисциплины

- расширение системы теоретических и практических знаний о стратегическом анализе как органичной части стратегического менеджмента, концепциях, методологии, принципах и тенденциях развития этой науки;
- усвоение понятийного аппарата, функций, задач, объектов, моделей и методов стратегического анализа;
- развитие знаний, навыков и умений в сфере анализа внешней и внутренней среды, эффективности действующей стратегии, определения сильных и слабых сторон в организации, выявления ее возможностей и конкурентных преимуществ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Современный стратегический анализ» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Современный стратегический анализ» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-5 - Способен к проведению комплексного экономического и финансового анализа деятельности предприятия, анализа производственно-хозяйственной и проектной деятельности организации и ее структурных подразделений

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-5	знать методы и приемы стратегического анализа ключевых проблем управления предприятием и его структурных подразделений, виды корпоративных стратегий, особенности формирования стратегий и программ развития
	уметь применять методы стратегического анализа для проведения исследования деятельности организации и ее структурных подразделений, сопоставлять полученные результаты с принятыми критериями в данной области
	владеть методологией проведения самостоятельного исследования в области стратегического анализа с целью формирования корпоративной стратегии развития предприятия и функциональных подразделений

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Современный стратегический анализ» составляет 4 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	48	48
В том числе:		
Лекции	16	16
Практические занятия (ПЗ)	32	32
Самостоятельная работа	96	96
Курсовая работа	+	+
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Аудиторные занятия (всего)	42	42
В том числе:		
Лекции	14	14
Практические занятия (ПЗ)	28	28
Самостоятельная работа	102	102
Курсовая работа	+	+
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	10	10
В том числе:		
Лекции	4	4
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Самостоятельная работа	130	130

Курсовая работа	+	+
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

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	Введение в проблематику дисциплины Тема 1. Сущность стратегического управления организации в современных условиях, основные концепции.	Проблематика основных вопросов, рассматриваемых в рамках дисциплины. Краткая история развития вопросов стратегического управления. Взаимосвязь методологии стратегического управления с другими науками. Особенность методологии стратегического управления. Характеристика современной концепции стратегического управления. Проблематика исследования предприятия как элемента макросреды. Характеристика элементов среды, влияющих на принятие стратегических решений в организации.	4	4	16	24
2	Тема 2. Основные проблемы и понятия стратегического управления предприятием в условиях экономической среды высокой изменчивости. Принципы стратегического управления.	Сущностная характеристика понятий «критерий», «прием», «метод». Девять элементов стратегии современного предприятия. Принципы стратегического управления. Инструментарий обеспечения разработки стратегии предприятия в условиях нестабильности. Элементы стратегического выбора предприятия. Необходимость стратегического управления в условиях нестабильно развивающейся экономики. Значимость методов управления, ориентированных на перспективу (долгосрочную, среднесрочную).	4	4	16	24
3	Тема 3. Трансформация методологии стратегического анализа в соответствии с изменением внешнего окружения. Тема 4. Особенности методологических подходов к процессу формирования стратегии организации в рамках основных стратегических школ.	Эволюционирование управленческих систем. Оценка методов управления в рамках различных экономических систем. Предпосылки возникновения концепции стратегического управления. Становление концепции стратегического менеджмента. Различия и общность управленческих систем «долгосрочное планирование» и «стратегическое планирование». Основные характеристики сформировавшихся к настоящему времени школ стратегического менеджмента. Сущность основных методов, используемых в рамках отдельных школ стратегического менеджмента. Особенности построения стратегии как формального процесса и исходные положения «школы планирования». Методология построения стратегии в рамках «школы позиционирования». Модели М. Портера. Достоинства и недостатки «школы обучения». Понятие «развивающейся стратегии». Динамический подход к развитию организационных способностей. «Школа внешней среды» и теория ситуационных факторов.	2	6	16	24
4	Тема 5. Значение сбора конкурентной информации для процесса формирования стратегических решений.	Содержание конкурентной информации. Цели сбора конкурентной информации. Представление о цикличности сбора информации для принятия стратегических решений в организации. Назначение каждого этапа сбора конкурентной информации в циклической	2	6	16	24

	Тема 6. Назначение и методология стратегического анализа.	модели. Организация своевременности предоставления информации и ее анализа для обеспечения гибкости формирования стратегии. Взаимосвязь типологии анализа с характером сбора и типом требуемых данных конкурентной информации. Характеристика обобщенного подхода к стратегическому анализу. Необходимость применения методов, направленных на увеличение скорости, всесторонности и полноты охвата стратегического анализа для обеспечения конкурентоспособности организации. обоснование значимости ввода качественных данных для анализа. Масштаб и направления стратегического анализа. Анаграмма «AID». Характеристика методов стратегического анализа. «Ловушки» анализа.				
5	Тема 7. Применение системы Фароут (FAROUT) в стратегическом анализе. Тема 8. Стратегические аналитические методы.	Назначение и сущность системы Фароут в стратегическом анализе. Характеристика основных элементов и особенности применения шкалы Фароут для стратегического анализа. Преимущества системы Фароут. Характеристика существующих методов стратегического анализа с позиции системы Фароут. Аналитические методы. Матрица БКГ. Матрица экрана бизнеса General Electric. Отраслевой анализ. Анализ стратегических групп. SWOT-анализ. Анализ стоимостных цепочек. Обоснование применения. Опыт формирования. Слабые и сильные стороны матриц в рамках стратегических аналитических методов. Процесс применения стратегических аналитических методов.	2	6	16	24
6	Тема 9. Методы конкурентного анализа и анализа потребителей	Анализ «слепых зон». Конкурентный анализ. Анализ сегментации покупателей. Анализ покупательской ценности. Анализ функциональных возможностей и ресурсов. Оценка индивидуальных характеристик конкурентов. Анализ стоимостных цепочек. Обоснование применения. Опыт формирования. Слабые и сильные стороны матриц в рамках стратегических аналитических методов. Процесс применения методов анализа внешней среды. Механизм оценки конкурентоспособности стратегических решений. Анализ эффективности стратегических решений. Экономические механизмы распределения ресурсов предприятия.	2	6	16	24
Итого			16	32	96	144

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Введение в проблематику дисциплины Тема 1. Сущность стратегического управления организации в современных условиях, основные концепции.	Проблематика основных вопросов, рассматриваемых в рамках дисциплины. Краткая история развития вопросов стратегического управления. Взаимосвязь методологии стратегического управления с другими науками. Особенности методологии стратегического управления. Характеристика современной концепции стратегического управления. Проблематика исследования предприятия как элемента макросреды. Характеристика элементов среды, влияющих на принятие стратегических решений в организации.	4	4	17	25
2	Тема 2. Основные проблемы и понятия стратегического управления предприятием в условиях экономической среды высокой изменчивости.	Сущностная характеристика понятий «критерий», «прием», «метод». Девять элементов стратегии современного предприятия. Принципы стратегического управления. Инструментарий обеспечения разработки стратегии предприятия в условиях нестабильности. Элементы стратегического выбора предприятия. Необходимость стратегического управления в условиях	4	4	17	25

	Принципы стратегического управления.	нестабильно развивающейся экономики. Значимость методов управления, ориентированных на перспективу (долгосрочную, среднесрочную).				
3	Тема 3. Трансформация методологии стратегического анализа в соответствии с изменением внешнего окружения. Тема 4. Особенности методологических подходов к процессу формирования стратегии организации в рамках основных стратегических школ.	Эволюционирование управленческих систем. Оценка методов управления в рамках различных экономических систем. Предпосылки возникновения концепции стратегического управления. Становление концепции стратегического менеджмента. Различия и общность управленческих систем «долгосрочное планирование» и «стратегическое планирование». Основные характеристики сформировавшихся к настоящему времени школ стратегического менеджмента. Сущность основных методов, используемых в рамках отдельных школ стратегического менеджмента. Особенности построения стратегии как формального процесса и исходные положения «школы планирования». Методология построения стратегии в рамках «школы позиционирования». Модели М. Портера. Достоинства и недостатки «школы обучения». Понятие «развивающейся стратегии». Динамический подход к развитию организационных способностей. «Школа внешней среды» и теория ситуационных факторов.	2	6	17	25
4	Тема 5. Значение сбора конкурентной информации для процесса формирования стратегических решений. Тема 6. Назначение и методология стратегического анализа.	Содержание конкурентной информации. Цели сбора конкурентной информации. Представление о цикличности сбора информации для принятия стратегических решений в организации. Назначение каждого этапа сбора конкурентной информации в циклической модели. Организация своевременности предоставления информации и ее анализа для обеспечения гибкости формирования стратегии. Взаимосвязь типологии анализа с характером сбора и типом требуемых данных конкурентной информации. Характеристика обобщенного подхода к стратегическому анализу. Необходимость применения методов, направленных на увеличение скорости, всесторонности и полноты охвата стратегического анализа для обеспечения конкурентоспособности организации. обоснование значимости ввода качественных данных для анализа. Масштаб и направления стратегического анализа. Анаграмма «AID». Характеристика методов стратегического анализа. «Ловушки» анализа.	2	6	17	25
5	Тема 7. Применение системы Фароут (FAROUT) в стратегическом анализе. Тема 8. Стратегические аналитические методы.	Назначение и сущность системы Фароут в стратегическом анализе. Характеристика основных элементов и особенности применения шкалы Фароут для стратегического анализа. Преимущества системы Фароут. Характеристика существующих методов стратегического анализа с позиции системы Фароут. Аналитические методы. Матрица БКГ. Матрица экрана бизнеса General Electric. Отраслевой анализ. Анализ стратегических групп. SWOT-анализ. Анализ стоимостных цепочек. Обоснование применения. Опыт формирования. Слабые и сильные стороны матриц в рамках стратегических аналитических методов. Процесс применения стратегических аналитических методов.	1	4	17	22
6	Тема 9. Методы конкурентного анализа и анализа потребителей	Анализ «слепых зон». Конкурентный анализ. Анализ сегментации покупателей. Анализ покупательской ценности. Анализ функциональных возможностей и ресурсов. Оценка индивидуальных характеристик конкурентов. Анализ стоимостных цепочек. Обоснование применения. Опыт формирования. Слабые и сильные стороны матриц в рамках стратегических аналитических	1	4	17	22

		методов. Процесс применения методов анализа внешней среды. Механизм оценки конкурентоспособности стратегических решений. Анализ эффективности стратегических решений. Экономические механизмы распределения ресурсов предприятия.				
Итого			14	28	102	144

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Введение в проблематику дисциплины Тема 1. Сущность стратегического управления организации в современных условиях, основные концепции.	Проблематика основных вопросов, рассматриваемых в рамках дисциплины. Краткая история развития вопросов стратегического управления. Взаимосвязь методологии стратегического управления с другими науками. Особенность методологии стратегического управления. Характеристика современной концепции стратегического управления. Проблематика исследования предприятия как элемента макросреды. Характеристика элементов среды, влияющих на принятие стратегических решений в организации.	1	1	26	28
2	Тема 2. Основные проблемы и понятия стратегического управления предприятием в условиях экономической среды высокой изменчивости. Принципы стратегического управления.	Сущностная характеристика понятий «критерий», «прием», «метод». Девять элементов стратегии современного предприятия. Принципы стратегического управления. Инструментарий обеспечения разработки стратегии предприятия в условиях нестабильности. Элементы стратегического выбора предприятия. Необходимость стратегического управления в условиях нестабильно развивающейся экономики. Значимость методов управления, ориентированных на перспективу (долгосрочную, среднесрочную).	1	1	26	28
3	Тема 3. Трансформация методологии стратегического анализа в соответствии с изменением внешнего окружения. Тема 4. Особенности методологических подходов к процессу формирования стратегии организации в рамках основных стратегических школ.	Эволюционирование управленческих систем. Оценка методов управления в рамках различных экономических систем. Предпосылки возникновения концепции стратегического управления. Становление концепции стратегического менеджмента. Различия и общность управленческих систем «долгосрочное планирование» и «стратегическое планирование». Основные характеристики сформировавшихся к настоящему времени школ стратегического менеджмента. Сущность основных методов, используемых в рамках отдельных школ стратегического менеджмента. Особенности построения стратегии как формального процесса и исходные положения «школы планирования». Методология построения стратегии в рамках «школы позиционирования». Модели М. Портера. Достоинства и недостатки «школы обучения». Понятие «развивающейся стратегии». Динамический подход к развитию организационных способностей. «Школа внешней среды» и теория ситуационных факторов.	1	2	26	29
4	Тема 5. Значение сбора конкурентной информации для процесса формирования стратегических решений. Тема 6. Назначение и методология стратегического анализа.	Содержание конкурентной информации. Цели сбора конкурентной информации. Представление о цикличности сбора информации для принятия стратегических решений в организации. Назначение каждого этапа сбора конкурентной информации в циклической модели. Организация своевременности предоставления информации и ее анализа для обеспечения гибкости формирования стратегии. Взаимосвязь типологии анализа с характером сбора и типом требуемых данных конкурентной информации. Характеристика обобщенного подхода к стратегическому анализу. Необходимость применения методов, направленных на увеличение скорости, всесторонности и полноты	0,5	1	26	27,5

		охвата стратегического анализа для обеспечения конкурентоспособности организации. обоснование значимости ввода качественных данных для анализа. Масштаб и направления стратегического анализа. Анаграмма «AID». Характеристика методов стратегического анализа. «Ловушки» анализа.				
5	Тема 7. Применение системы Фароут (FAROUT) в стратегическом анализе. Тема 8. Стратегические аналитические методы.	Назначение и сущность системы Фароут в стратегическом анализе. Характеристика основных элементов и особенности применения шкалы Фароут для стратегического анализа. Преимущества системы Фароут. Характеристика существующих методов стратегического анализа с позиции системы Фароут. Аналитические методы. Матрица БКГ. Матрица экрана бизнеса General Electric. Отраслевой анализ. Анализ стратегических групп. SWOT-анализ. Анализ стоимостных цепочек. Обоснование применения. Опыт формирования. Слабые и сильные стороны матриц в рамках стратегических аналитических методов. Процесс применения стратегических аналитических методов.	0,5	1	26	27,5
Итого			4	6	130	144

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 предусматривает выполнение курсовой работы в 4 семестре для очной формы обучения, в 4 семестре для очно-заочной формы обучения, в 4 семестре для заочной формы обучения.

Примерная тематика курсовой работы:

1. Особенности проведения стратегического анализа: особенности, ограничения, этапы.
2. Выявление корневых компетенций компании в рамках стратегического анализа.
3. Стратегии ресурсного подхода к развитию организации.
4. Роль стратегического видения и миссии в формировании стратегии организации.
5. Особенности формирования стратегических целей организации.
6. Макросреда организации в стратегическом анализе: основные направления, методы.
7. Мезосреда организации: основные направления стратегического анализа.
8. Микросреда организации: основные направления стратегического анализа.
9. Стратегическое планирование: роль, функции и задачи в системе управления организацией.
10. Порядок проведения ситуационного стратегического анализа.
11. Определение предпочтительных стратегических действий фирмы.
12. Выбор базовой конкурентной стратегии развития бизнеса.
13. Технологические стратегии: особенности применения и разработки.
14. Стратегия интернационализации: особенности применения и разработки.
15. Стратегия глобализации: особенности применения и разработки.
16. Стратегия кооперации: особенности применения и разработки.

17. Виды базовых стратегий и характеристика их выбора.
 18. СВОТ-анализ как элемент исследования внутренних сильных и слабых сторон организации, ее возможностей и угроз.
 19. Технология и методология стратегического анализа и уровни его проведения.
 20. Методы выявления первичных источников информации в рамках стратегического анализа.
 21. Особенности оценки уровня развития региона в рамках стратегического анализа.
 22. Обоснование выбора технологии оценки нового товара в рамках стратегического анализа.
 23. Формирование стратегии развития организации (фирмы) на базе инновации.
 24. Особенности коммерциализации конкретных научно-технических разработок в рамках стратегии развития.
- Задачи, решаемые при выполнении курсовой работы:
- усвоение и углубленное изучение теоретического материала по изучаемой дисциплине
 - применение методов стратегического анализа для проведения исследования положения организации в конкурентной среде
 - формирование рекомендаций, направленных на повышение эффективности деятельности организации и ее структурных подразделений посредством формирования стратегии
- Курсовая работа включает в себя теоретический раздел, аналитическую часть и рекомендации.

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
ПК-5	знать методы и приемы стратегического анализа ключевых проблем управления предприятием и его структурных подразделений, виды корпоративных стратегий, особенности формирования стратегий и программ развития	Тест. Ответы на теоретические вопросы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	уметь применять методы стратегического анализа для проведения исследования деятельности организации и ее структурных подразделений, сопоставлять полученные результаты с принятыми критериями в данной области	Ответы на теоретические вопросы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть методологией проведения самостоятельного исследования в области стратегического анализа с целью формирования корпоративной стратегии развития предприятия и функциональных подразделений	Ответы на теоретические вопросы, тестирование	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 3 семестре для очной формы обучения, 4 семестре для очно-заочной формы обучения, 3 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

3 (4) семестр:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ПК-5	знать методы и приемы стратегического анализа ключевых проблем управления предприятием и его структурных подразделений, виды корпоративных стратегий, особенности формирования стратегий и программ развития	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-89%	Выполнение теста на 70-79%	В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь применять методы стратегического анализа для проведения исследования деятельности организации и ее структурных подразделений, сопоставлять полученные результаты с принятыми критериями в данной области	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-89%	Выполнение теста на 70-79%	В тесте менее 70% правильных ответов
	владеть методологией проведения самостоятельного исследования в области стратегического анализа с целью формирования корпоративной стратегии развития предприятия и функциональных подразделений	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-89%	Выполнение теста на 70-79%	В тесте менее 70% правильных ответов

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 Что представляет собой Бостонская матрица (БКГ)?

А) Модель, определяющая сильные и слабые стороны организации.

Б) Модель, при помощи которого продукты можно классифицировать в соответствии с ростом реализации и долей рынка.

В) Метод, позволяющий спрогнозировать тенденции спроса и предложения на конкретный вид продукции

2 Перечислите основные элементы Бостонской матрицы

А) «Знаки вопроса», «Дойные коровы», «Звезды», «Собаки».

Б) «Знаки вопроса», «Трудные дети», «Собаки», «Звезды»

В) «Дойные коровы», «Звезды», «Собаки»

3 PEST анализ представляет собой:

А) Комплексный анализ внешней и внутренней среды организации

Б) Комплексный анализ окружающей среды, в которой действует компания

В) Детализированный анализ внутренней среды организации.

4 К какой из стратегических школ относятся следующие положения: формирование стратегии должно быть продуманным процессом сознательного мышления; ответственность за контроль над стратегическим процессом и его сознательный характер возлагается на руководителя-стратега; модель построения стратегии должна оставаться достаточно простой и неформальной; стратегия должна быть единственной в своем роде: лучшей, полученной в результате индивидуального моделирования?

А) Школе предпринимательства

Б) Когнитивной школе

В) Школе внешней среды

Г) Школе дизайна

5 Какой из стратегических школ принадлежат перечисленные положения: стратегии есть результат контролируемого, осознанного процесса формального планирования....; ответственность за принципиальную сторону всего стратегического процесса возлагается на высшее руководство, ответственность за практическую сторону – на кадровых плановиков...?

А) Школе обучения

Б) Школе власти

В) Школе внешней среды

Г) Школе планирования

6 Назовите основные элементы модели SCP

А) Функционирование – Развитие - Стратегия

Б) Развитие – Структурирование - Организация

В) Структура - ведение операций – функционирование

7 Назовите элементы модели пяти сил М. Портера

А) Поставщики – Потенциальные конкуренты – Товары-заменители – Покупатели – Конкуренты в отрасли

Б) Потребители – Внешняя среда – Внутренняя среда – Стратегия – Функционирование

В) Конкуренты – Поставщики – Потребители – Стратегия - Возможности

8 Назовите основных участников теории агентских отношений

А) Поставщики – производители – потребители

Б) Внешняя среда – конкуренты – организация

В) Органы государственной власти – предприятие – потребитель

Г) Владельцы фирмы – менеджеры - подчиненные

9 Метод экспертной оценки предполагает привлечение

А) Внешнего эксперта

Б) Внешнего аудитора

В) специалиста по антикризисному управлению

Г) Внешнего управляющего

10 Какой из ниже перечисленных методов предполагает разработку нескольких вариантов развития будущего, начиная с самого пессимистичного и заканчивая – наиболее оптимистичным?

- А) Метод экстраполяции
 - Б) Метод экспертных оценок
 - В) Метод сценариев
 - Г) Метод имитационного моделирования
- 11 Что лежит в основе имитационного моделирования?

- А) Система уравнений
- Б) Баланс доходов и расходов фирмы
- В) Динамика продвижения товара на рынке

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

Задание 1.

Выберите правильные ответы. Какие из перечисленных факторов относятся к факторам прямого воздействия внешней среды?

- а) Состояние экономики
- б) Трудовые ресурсы
- в) Научно-технический прогресс
- г) Потребители продукции (услуг)
- д) Поставщики

Задание 2.

Выберите правильные ответы. Какие элементы входят в потенциал организации?

- а) Финансовые возможности
- б) Уровень инфляции
- в) Кадровые возможности
- г) Политическая стабильность
- д) Инновационные возможности

Задание 3.

Выберите правильные ответы. Какие из перечисленных стратегий относятся к корпоративным (эталонным) стратегиям?

- а) Стратегия концентрированного роста
- б) Стратегия мотивации персонала
- в) Стратегия интегрированного роста
- г) Стратегия сокращения
- д) Стратегия повышения квалификации персонала

Задание 4.

Выберите правильные ответы. Какие принципы стратегического управления предполагают учет интересов персонала и формирование корпоративной культуры?

- а) Принцип научности
- б) Принцип подчиненности личных интересов общим
- в) Принцип мотивации персонала
- г) Принцип единства направления
- д) Принцип корпоративности

Задание 5.

Выберите правильные ответы. Какие стратегии входят в группу стратегий концентрированного роста?

- а) Стратегия усиления позиции на рынке
- б) Стратегия обратной вертикальной интеграции
- в) Стратегия развития рынка
- г) Стратегия конгломеративной диверсификации
- д) Стратегия развития продукта

Задание 6.

Выберите правильные ответы. Какие утверждения о миссии организации являются верными?

- а) Миссия — это четко сформулированная причина существования организации
- б) Миссия организации неизменна в течение всего ее существования
- в) Миссия отражает удовлетворение конкретного вида потребностей для определенной категории потребителей
- г) Миссия и стратегическое видение — это одно и то же
- д) При изменении рынка организация может пересмотреть свою миссию

Задание 7.

Выберите правильные ответы. Какие факторы относятся к факторам косвенного воздействия?

- а) Конкуренты
- б) Состояние экономики
- в) Поставщики
- г) Политические изменения
- д) Научно-технический прогресс

Задание 8.

Выберите правильные ответы. Какие стратегии входят в группу стратегий сокращения?

- а) Стратегия ликвидации
- б) Стратегия «сбора урожая»
- в) Стратегия развития продукта
- г) Стратегия сокращения расходов
- д) Стратегия горизонтальной диверсификации

Задание 9.

Выберите правильные ответы. Какие элементы влияют на формирование стратегии организации?

- а) Организация (внутренняя среда)
- б) Прогноз курса валют
- в) Внешняя среда
- г) Личные хобби руководителя
- д) Миссия организации

Задание 10.

Выберите правильные ответы. Какие направления затрагивают стратегические решения?

- а) Масштаб деятельности организации
- б) Ежедневная работа бухгалтерии
- в) Соответствие деятельности организации ее потенциалу
- г) Размещение и перераспределение ресурсов
- д) Выбор канцелярских принадлежностей

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Задание 1.

М-р К. Маккензи, бывший редактор газеты "Сан" и глава радиовещания группы компаний Mirror Group, разработал передачу "Новости с кроликом Банни". Идея состояла в том, что телекомментатор Э. Комэн будет читать новости по Live TV, а кролик находится в кадре: сидеть и попивать чай или отвечать на телефонные звонки в студию. Маккензи хотел, чтобы кролик давал оценку новостям, поднимая вверх большой палец, если новость хорошая, и опуская его вниз, если новость плохая. Но телеадминистрация не приняла это предложение, посчитав, что телезрители не смогут внимательно смотреть новости, поскольку все время будут смеяться. Кролик News Bunny - это лишь одна из серии идей, призванных сделать Live TV более увлекательным и помочь ему найти свою аудиторию. Другая инновация Маккензи представляет собой его собственную мыльную оперу о работе и любви на телевизионной станции, похожей на Live TV.

Сама телестанция Live TV в течение трех лет использует инвестиции в размере 30 млн. ф.ст. и сейчас доступна для просмотра по кабельному телевидению для 1,1 млн. домов в Великобритании (ее передачи невозможно поймать по спутниковым каналам). Затраты на ее запуск в эфир составили около 6 млн. ф.ст., и в этом году ожидаются убытки в размере 8 млн. ф.ст. Доходы телестанции образуются в основном за счет абонентской платы, а не рекламы. Операторы кабельных сетей, стремящиеся сделать свой продукт отличным от других телестанций, например от BSkyS, платят Live TV по 25 пенсов в месяц за каждого абонента. Маккензи считает, что на третьем году своего существования Live TV достигнет точки безубыточности и не очень опечален общим презрительным отношением к его каналу.

Вопросы:

Пример с Live TV показывает, как инновация может создать нишу на рынке для новичка. Это может побудить другие фирмы вступить на рынок телепрограмм и составить конкуренцию Live TV. Является ли такое поведение соответствующим парадигме модели SCP?

Приведите примеры инновационных решений, которые позволили фирмам занять лидирующее положение на рынке.

Как вы считаете, насколько эффективна в дальнейшем окажется реализация подобной стратегии? Каковы должны быть дальнейшие шаги для сохранения существующего положения?

Задание 2.

25 июня 1993 г. Дж. Аттали покинул пост первого президента Европейского банка реконструкции и развития после нарастания в его адрес критики за экстравагантное поведение. В результате инспекции, проведенной специальным аудиторским комитетом, оказалось, что значительные средства были потрачены на оборудование штаб-квартиры банка, велики также были и прочие расходы. Так, у мистера Аттали были три служебные автомашины. Он широко использовал для личных нужд кредитную карту банка, по которой его личные расходы составили 20 000 ф. ст. Отчет аудиторского комитета по перерасходу банком средств подчеркнул, что для стиля управления мистера Аттали характерна болезненная склонность к роскоши. В отчете отмечается, что при переоборудовании лондонской штаб-квартиры банка было истрачено 66 млн ф. ст. на закупки дорогостоящего мрамора для отделки холлов взамен уже имеющегося, специальных дорогих ковров, стульев стоимостью 1000 ф. ст., а также на установку специально разработанного с применением высоких технологий подвесного потолка.

Однако отчет не был специально посвящен расходам штаб-квартиры. В нем обращалось внимание на много раз критиковавшуюся практику использования специальных чартерных авиарейсов. Однако мистер Аттали остался верен себе и, как сообщают, сказал: "Я не знаю ни одного своего шага, за который меня можно было бы упрекнуть".

Вопросы:

1. Проанализируйте результативность деятельности Аттали в качестве руководителя высшего уровня?

2. В каком случае с точки зрения стратегических перспектив дополнительные расходы, осуществляемые данной компанией оправданы?

Задание 3.

В 1996г. правительство Великобритании основало комитет под председательством сэра Р. Диринга для исследования проблемы финансирования высших учебных заведений страны. Эта проблема приобрела особую остроту с распространением высшего образования в начале 90-х гг. Например, в 1992 г. число новых университетов увеличилось, после того как бывшие политехнические вузы в Англии и Уэльсе, а также ряд центральных вузов Шотландии получили статус университетов. Эти новоявленные университеты сосредоточились в основном на преподавании, а не на научных исследованиях (область, в которой были особенно сильны старые известные университеты).

Кроме того, возникла конкуренция со стороны сектора среднего образования, в учебных заведениях которого раньше можно было получить образование лишь средней ступени. Этот сектор начал стремительно развиваться, повышать свой уровень, причем обычно в сотрудничестве с одним из новых университетов, приобретая, например, франшизу на программы более высокого уровня для колледжей среднего звена. Эти курсы часто предоставлялись за плату в размере процента от

стоимости квалификационной учебной программы в университетском секторе. А тем временем в качестве меры в рамках процесса лоббирования традиционные старые университеты, располагающие мощной исследовательской базой, оказывали давление с целью добиться более избирательного подхода в вопросе финансирования исследований.

Таким образом, некоторые новые университеты столкнулись с опасностью "быть зажатыми посередине", будучи вытесняемыми с обоих концов рыночного спектра (т.е. из преподавания, с одной стороны, и из научных исследований - с другой). У некоторых университетов появилась также возможность брать дополнительную плату со студентов в целях увеличения доходов, и к 1997 г. 20 таких учебных заведений предупредили студентов о такой перспективе. Это впервые вводит элемент ценовой конкуренции в сектор высшего образования, причем все больше популярных университетов имеют основания, чтобы брать с учащихся повышенную премиальную плату за те курсы, которые пользуются наибольшим спросом.

Вопросы и задания по ситуации:

1. Какие стратегии из обозначенных на "стратегических часах" вы бы стали использовать будучи главой нового университета?

2. Каким образом вы собираетесь вести стратегическую линию на сохранение конкурентоспособности на рынке образовательных услуг и научных исследований?

3. Предложите свою программу развития университету, в котором вы проходите обучение.

Задание 4.

Проведите сопоставление между наименованием стратегий концентрированного роста, их характеристиками и особенностями применения.

Стратегия концентрированного роста	Характеристика	Особенности применения
1 Стратегии усиления позиции на рынке	А) Все усилия производителя концентрируются на производстве нового продукта.	а) Подобная стратегия сопряжена со множеством рисков, особенно, если речь идет о международной конкуренции
2 Стратегии развития рынка	Б) Предполагают поиск новых рынков для производимого продукта. Выход на новые рынки предполагает значительные затраты на маркетинговый анализ, рекламу	б) Фирме не требуется привлечение средств на разработку нового продукта и завоевание нового рынка, основные вложения требуются на усиленную рекламу и маркетинг
3 Стратегии развития продукта	В) Улучшаются существующие позиции на рынке на основе имеющегося продукта. Подобная стратегия нередко сопряжена с установлением контроля над конкурентами, посредством «горизонтальной интеграции».	в) Продукт находится в рамках существующей отрасли и предназначен для реализации на уже существующем, освоенном рынке.

Задание 5.

Проведите сопоставление между наименованием стратегий диверсифицированного роста, характеристикой и особенностями применения

Стратегия диверсифицированного роста	Характеристика	Особенности применения
1 Стратегия центрированной диверсификации.	А) Заключается в том, что фирма развивается за счет производства технологически не связанных с производимым новых продуктов, предназначенных к реализации на новых рынках.	а) Фирме потребуются значительные затраты на маркетинг нового продукта. Значительно облегчает продвижение нового продукта в рамках данной стратегии известность торговой марки, однако данная стратегия отличается значительным уровнем риска
2 Стратегия горизонтальной диверсификации.	Б) В соответствии с данной стратегией новый бизнес формируется на основе (вокруг) существующего.	б) Сложности, связанные с реализацией данной стратегии связаны в первую очередь с привлечением значительных финансовых ресурсов, адекватной оценки способностей менеджеров для освоения нового производства и выхода на новые рынки сбыта.
3 Стратегия конгломеративной диверсификации	В) Предоставляет возможность для развития организации за счет производства новой продукции, технологически не связанной с уже производимой. При этом предприятие ориентируется на производство продуктов, которые, хотя и не связаны по технологии, однако могут выступать по отношению друг к другу сопутствующими товарами	в) Новый продукт использует технологические разработки, каналы распределения, приверженность потребителя;

Задание 6.

Проведите сопоставление между методами, их характеристикой и особенностью применения.

Наименование метода	Общая характеристика метода	Особенности применения
1 SWOT	А) Предназначена для диверсифицированных (многоотраслевых) предприятий. Позволяет создать портфель продукции.	а) Ограниченный перечень факторов внешней среды. Затрудненность доступа к информации
2 модель пяти сил М. Портера	Б) Предполагает оценку внешних возможностей и угроз, а также сильных и слабых	б) Широкий спектр применения, предполагает наличие квалифицированных экспертов

	сторон предприятия – объекта исследования и принятие на основе анализа стратегии развития	
3 матрица БКГ	В) Предполагает исследование основных участников: поставщиков, потребителей, конкурентов потенциальных, конкурентов существующих, товаров-заменителей.	в) Позволяет распределить продукцию с позиции (удельный рост – доля рынка)

Задание 7.

Проведите сопоставление наименования группы стратегии и их характеристики.

Наименование группы стратегии	Характеристика
1 Концентрированного роста	А) Изменяется (расширяется) отраслевая принадлежность. Приобретается контроль над предприятиями по всей технологической цепочке.
2 Интегрированного роста	Б) Отраслевая принадлежность не изменяется. Применяется для функционирующего развитого бизнеса.

Задание 8.

Восстановите правильную последовательность шагов при создании сценариев.

Перемешанные пункты:

- А. Разработать обучающие сценарии (выявить стратегически значимые темы).
- Б. Определить масштаб анализа (временные рамки, товары, рынки, технологии).
- В. Разработать количественные модели для проверки внутренней последовательности.
- Г. Дойти до сценариев решений (сформулировать 3–4 сюжета, определить стратегическое намерение).
- Д. Выявить крупнейших посредников (заинтересованные стороны).
- Е. Выявить неопределённости (возможные исходы событий и их взаимосвязи).
- Ж. Выявить основные тенденции (отраслевые и СТЕП-факторы).
- З. Установить темы изначального сценария (выбрать ключевые неопределённости или экстремальные поля).
- И. Определить потребности исследования (уточнить «слепые» зоны, поведение посредников).
- К. Проверить на последовательность и благоприятность (соответствие временным рамкам, сочетаемость исходов).

Задание 9.

Установите правильный порядок этапов анализа с использованием модели Пяти сил М. Портера.

- А. Фокусирование на активной стратегии путём повторения с учётом эволюции отрасли.
- Б. Сбор информации для выявления характеристик каждой силы (соперничество, угроза входа, власть поставщиков, власть покупателей, угроза заменителей) и оценка их влияния на отрасль.
- В. Коллективный обзор и оценка пяти сил в свете конкурентоспособности вашей организации, определение стратегических возможностей и угроз.

Задание 10.

Расположите этапы стратегического анализа в правильном порядке (от первого к последнему):

- А. Применение (что это означает для решения?)
- Б. Сбор данных (каковы факты?)
- В. Анализ (что означают данные факты?)
- Г. Аналитическая основа (определить решение)

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету (с оценкой)

- 1 Каковы основные этапы становления науки «Стратегический менеджмент» и методологии стратегического менеджмента? Определите современные тенденции.
- 2 Сущность современной концепции стратегического менеджмента.
- 3 Внутренние и внешние факторы воздействия на организацию.
- 4 Взаимосвязь и взаимодействие основных понятий стратегического менеджмента.
- 5 Ключевые особенности стратегии. Стратегия и ориентиры.
- 6 Понятие и особенности формирования портфельных стратегий организации.
- 7 Сущность стратегий концентрированного роста.
- 8 Целесообразность применения и основные виды стратегий сокращения.
- 9 Возможности организации в применении группы стратегий диверсифицированного роста.
- 10 Сущность стратегий интегрированного роста.
- 11 Понятие и особенности формирования деловых стратегий организации.
- 12 Понятие и особенности формирования функциональных стратегий.
- 13 Сходство и различие понятий «стратегия» и «бизнес-модель» организации.
- 14 Сродство и различие понятий «стратегия» и «видение».
- 15 Девять элементов стратегии для определения качества размещения и использования ресурсов организации.
- 16 Основные принципы стратегического менеджмента.
- 17 Сущность модели «Стратегические часы» и матрицы И. Ансоффа.
- 18 Особенности применения метода экспертной оценки и сценариев в стратегическом управлении компании.
- 19 Дайте характеристику модели "структура - ведение операций - функционирование" (SCP).
- 20 Сущность теории агентских отношений.
- 21 Имитационное моделирование, метод оценки и пересмотра планов, рыночные эксперименты.
- 22 Базовая модель и послышки школы Дизайна. Методология формирования стратегии.
- 23 Значение школы в развитии стратегического управления.
- 24 Недостатки и просчеты Дизайн-школы.
- 25 Базовая модель стратегического планирования. Характеристика основных стадий планирования при формировании стратегии развития.
- 26 Исходные положения и достижения школы планирования. Определить научный вклад школы в методологию стратегического управления.
- 27 Трудности и просчеты методологии стратегического планирования в рамках школы планирования.
- 28 М. Портер и исходные положения школы позиционирования.
- 29 Методология школы позиционирования: первая волна. Максимумы Сунь-Цзы и Карла фон Клаузевица.
- 30 Школа позиционирования: вторая волна. Основные матрицы. Методологическая значимость для стратегического управления.
- 31 Школа позиционирования: третья волна. Конкурентный анализ, генерические стратегии и ценностная цепочка М. Портера как основа методологии выработки стратегических решений.

- 32 Методологические направления исследования в рамках школы позиционирования. Стратегические группы по Г.Минцбергу. Сущность теории игр.
- 33 Критика школы позиционирования относительно фокусирования и контекста.
- 34 Критика школы позиционирования относительно процесса и стратегий.
- 35 Методология школы предпринимательства. Сущность и предпосылки возникновения.
- 36 Вклад, критика, контекст школы предпринимательства.
- 37 Когнитивная школа. Варианты познания: «как обработка информации», «как картографирование».
- 38 Когнитивная школа. Варианты познания: «как достижение понимания», «как конструирование».
- 39 Посылки, критика и вклад когнитивной школы в методологию стратегического менеджмента.
- 40 Основные требования к информации о конкурентах организации.
- 41 Цели и значение сбора информации о конкурентах для формирования стратегии организации.
- 42 Основные элементы циклической модели сбора конкурентной информации.
- 43 Необходимость и назначение стратегического анализа.
- 44 Характеристика обобщенного подхода к стратегическому анализу в организации.
- 45 Охарактеризуйте особенности стратегического анализа с позиции масштабности решений.
- 46 Охарактеризуйте особенности стратегического анализа с временной позиции.
- 47 Охарактеризуйте особенности стратегического анализа с позиции принятия решений.
- 48 Обоснуйте требование к качеству данных для стратегического анализа по критериям «точность» и «надежность».
- 49 Назначение анаграммы «AID». Особенность применения.
- 50 Основные методы стратегического анализа.
- 51 Предубеждения, снижающие эффективность стратегического анализа.
- 52 Предпосылки и назначение системы «Фароут» в стратегическом анализе.
- 53 Основные элементы шкалы Фароут.
- 54 Особенности применения основных методов стратегического управления с позиции системы Фароут.
- 55 Характеристика модели "структура - ведение операций - функционирование" (SCP).
- 56 Сущность и основные положения теории агентских отношений.
- 57 Характеристика метода экспертной оценки. Применение для целей стратегического управления.
- 58 Опишите сущность и область применения метода сценариев.
- 59 Назовите особенности и недостатки применения имитационного моделирования в стратегическом управлении.
- 60 Особенности применения метода «рыночные эксперименты» в стратегическом управлении.

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Зачет (с оценкой) проводится по билетам, каждый из которых содержит 12 тестовых вопроса, 5 стандартных задания, 1 прикладное задание. Каждый правильный ответ на вопрос оценивается в 0,5 балла, стандартное задание в 2 балла, прикладное задание оценивается в 4 баллов.

Максимальное количество набранных баллов – 20.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 14 баллов.

2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 14 до 15 баллов.

3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 16 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	Введение в проблематику дисциплины Тема 1. Сущность стратегического управления организации в современных условиях, основные концепции.	ПК-5	Тест, требования к курсовой работе
2	Тема 2. Основные проблемы и понятия стратегического управления предприятием в условиях экономической среды высокой изменчивости. Принципы стратегического управления.	ПК-5	Тест, требования к курсовой работе
3	Тема 3. Трансформация методологии стратегического анализа в соответствии с изменением внешнего окружения. Тема 4. Особенности методологических подходов к процессу формирования стратегии организации в рамках основных стратегических школ.	ПК-5	Тест, требования к курсовой работе
4	Тема 5. Значение сбора конкурентной информации для процесса формирования стратегических решений. Тема 6. Назначение и методология стратегического анализа.	ПК-5	Тест, требования к курсовой работе
5	Тема 7. Применение системы Фароут (FAROUT) в стратегическом анализе. Тема 8. Стратегические аналитические методы.	ПК-5	Тест, требования к курсовой работе
6	Тема 9. Методы конкурентного анализа и анализа потребителей	ПК-5	Тест, требования к курсовой работе

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.

Выполнение стандартных и прикладных заданий) осуществляется либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования - 40 мин.

Затем осуществляется проверка заданий преподавателей и выставляется оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Защита курсовой работы, курсового проекта или отчета по всем видам практик осуществляется согласно требованиям, предъявляемым к работе, описанным в методических материалах. Примерное время защиты на одного студента составляет 20 мин.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная

1. Гунина И.А. Современный стратегический анализ: учеб. пособие / И.А. Гунина. Воронеж: ГОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2014. 105 с.
2. Гунина И.А. Современный стратегический анализ, практикум/ И.А. Гунина. Воронеж: ГОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2014. 124 с.
3. Коваленко, Н. В. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Н. В. Коваленко, О. В. Белозерцев, Р. В. Белозерцев. — Алчевск : Донбасский государственный технический институт, 2024. — 228 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/151566.html> (дата обращения: 01.02.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Никифорова, Л. Е. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Л. Е. Никифорова, С. В. Цуриков, Е. А. Разомасова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 249 с. — ISBN 978-5-4497-1190-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108247.html> (дата обращения: 01.02.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/108247>
5. Толикова, Е. Э. Современный стратегический анализ : практикум / Е. Э. Толикова. — Москва : Российская таможенная академия, 2018. — 72 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93215.html> (дата обращения: 01.02.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная

6. Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Современный стратегический анализ» для студентов магистратуры, обучающихся по специальности 38.04.02 «Менеджмент», профиль «Экономика и управление на предприятиях» всех форм обучения, сост. И.А. Гунина. – Воронеж, 2021. 33 с.
7. 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. Меньщикова, В. И. Стратегический анализ : учебное пособие / В. И. Меньщикова, Ю. А. Кармышев. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2023. — 216 с. — ISBN 978-5-8265-2605-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141089.html> (дата обращения: 01.02.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
9. Климин, А. И. Современный стратегический анализ : учебное пособие / А. И. Климин, И. М. Зайченко, А. М. Смирнова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021. — 123 с. — ISBN 978-5-7422-7247-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR

SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116149.html> (дата обращения: 01.02.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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:

Лицензионное ПО:

Acrobat Pro 2017 Multiple Platforms Russian AOO License TLP (1- 4,999)

СПС Консультант Бюджетные организации: Версия Проф Специальный_выпуск

Свободно распространяемое ПО:

LibreOffice <http://libreoffice.org> Офисный пакет

OnlyOffice <https://www.onlyoffice.com/ru/> Офисный пакет

Draw.io <https://www.draw.io/> UML

8.2.2 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Образовательный портал ВГТУ: <https://old.education.cchgeu.ru/>
2. Электронная библиотека ВГТУ: <https://bibl.cchgeu.ru/catalog/>
3. Информационно -справочная система ВГТУ: <https://wiki.cchgeu.ru/>
4. Электронно-библиотечные системы (источник для заполнения: <https://cchgeu.ru/university/library/dostupnye-ebs/> в соответствии с уровнем образования)
5. Научная электронная библиотека: www.elibrary.ru
6. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>
7. Базы данных Министерства экономического развития и торговли России www.economy.gov.ru
8. РЦНИ (Российский центр научной информации): <https://www.rcsi.science/>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Лекционная аудитория и аудитории для практических занятий, оснащённые мультимедийным демонстрационным оборудованием (проектор, экран, звуковоспроизводящее оборудование), обеспечивающим демонстрацию мультимедиа материалов.

Аудитории для самостоятельной работы, оборудованные техническими средствами обучения: персональными компьютерами с лицензионным программным

обеспечением с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

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

По дисциплине «Современный стратегический анализ» читаются лекции, проводятся практические занятия, выполняется курсовая работа.

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 определения конкурентного статуса предприятия. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Методика выполнения курсовой работы изложена в учебно-методическом пособии. Выполнять этапы курсовой работы должны своевременно и в установленные сроки.

Контроль усвоения материала дисциплины производится проверкой курсовой работы, защитой курсовой работы.

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. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
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 зачетом и экзаменом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.

Лист согласования

Автор	Гунина Инна Александровна	Подписано	18.06.2026 13:12:46
Заведующий кафедрой	Красникова Анна Владимировна	Подписано	19.06.2026 10:19:05
Руководитель образовательной программы	Гунина Инна Александровна	Подписано	19.06.2026 14:50:26
Декан факультета	Баркалов Сергей Алексеевич	Утверждено	29.06.2026 12:23:03