

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Рыбницкий филиал

Кафедра прикладной информатики в экономике

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала ПНУ
им. Т.Г. Шевченко в г. Рыбница
профессор

«20» 09 2018 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

на 2018 / 2019 учебный год

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегический анализ бизнеса»

Направление подготовки:

09.04.03 «Прикладная информатика»

Профиль подготовки:

«Информационные технологии в моделировании и организации бизнес-процессов»

квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения:

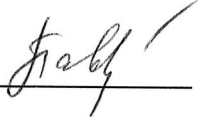
очная

Рыбница 2018

Рабочая программа дисциплины «Стратегический анализ бизнеса» /сост. Е.И. Павлинова / – Рыбница: ГОУ ВО «ПГУ им. Т.Г. Шевченко», 2018 – 19 с.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ БАЗОВОЙ ЧАСТИ БЛОКА ДИСЦИПЛИН СТУДЕНТАМ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 09.04.03 – «ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА»

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика», утвержденного приказом № 1404 Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.10.2014г.

Составитель  / Павлинова Елена Игоревна, старший преподаватель/

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины: развитие у магистрантов стратегического мышления, формирование необходимых компетенций для анализа и решения стратегических проблем развития бизнеса; отбор качественной и своевременной информации и ее консолидация для разработки и реализации эффективной стратегии развития бизнеса.

Задачи изучения дисциплины: освоение разнообразных методик, приобретение практических навыков проведения стратегического анализа;

- Освоение методов и моделей стратегического анализа макро и микросреды, оценки конкурентоспособности предприятия.
- Изучение методологии стратегического синтеза, выдвижения целей и задач организации, определении миссии фирмы, выбора стратегических альтернатив.
- Рассмотрение аспектов разработки стратегии и управления ее реализацией, стратегического и оперативного контроллинга.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Стратегический анализ бизнеса» относится к базовой части блока дисциплин (Б1.Б.08), направления подготовки 2.09.04.03 Прикладная информатика изучается в 1 семестре.

Изучение дисциплины «Стратегический анализ бизнеса» базируется на дисциплинах «Математические и инструментальные методы поддержки принятия решений», «Стратегический менеджмент».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Формулировка компетенции
<i>Профессиональные компетенции:</i>	
ОПК-5	способностью на практике применять новые научные принципы и методы исследований
ПК-11	способностью применять современные методы и инструментальные средства прикладной информатики для автоматизации и информатизации решения прикладных задач различных классов и создания ИС

В результате освоения дисциплины студент должен:

3.1. Знать:

В соответствии с ФГОС ВО:

- способы сбора и обработки качественной и своевременной информации о внутренней и внешней среде компании;
- инструментальные средства обработки аналитической информации о компании и ее макро- и микроокружении;
- приемы, методы и методики стратегического анализа, позволяющие решать управленческие задачи стратегического характера, требующие аналитического обоснования,
- оценивать степень достоверности используемой информации для их решения.

3.2. Уметь:

В соответствии с ФГОС ВО:

- собирать и обрабатывать данные для решения стратегических задач в интересах развития бизнеса;
- выбирать методическое обеспечение и инструментальные средства для проведения качественного стратегического анализа;
- собирать, анализировать и интерпретировать финансовую информацию, содержащуюся в отчетности экономических субъектов и других источниках;
- организовывать деятельность рабочей группы для выполнения конкретной аналитической задачи.

3.3. Владеть навыками:

В соответствии с ФГОС ВО:

- навыками сбора и обработки необходимых данных;
- навыками выбора и применения инструментальных средств для обработки данных;
- навыками анализа и интерпретации стратегической информации, содержащейся в различных источниках;
- навыками использования современных технических средств и информационных технологий при проведении стратегического анализа;
- навыками интерпретации полученных в процессе анализа результатов и формулирования выводов и рекомендаций.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоём- кость, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. зан.		
1	4 / 144	70	28	14	28	38	Экзамен, курс.раб.
Итого:	4 / 144	70	28	14	28	38	36

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Стратегический анализ в системе и процессе стратегического управления	18	4	4	2	6
2.	Методы и инструменты стратегического анализа	22	4	4	2	6
3.	Стратегический маркетинговый анализ	24	4	4	2	4
4.	Стратегическое планирование: аналитические инструменты, методы.	26	4	4	2	6

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
5.	Стратегический анализ и оценка финансовых возможностей организации.	24	4	4	2	6
6.	Стратегические изменения в организации.	16	4	4	2	4
7.	Прогнозирование и методы снижения стратегических рисков.	14	4	4	2	6
8.	Экзамен	36	-	-	-	-
	<i>Итого:</i>	<i>144</i>	<i>28</i>	<i>28</i>	<i>14</i>	<i>38</i>
	<i>Всего:</i>	<i>144</i>	<i>28</i>	<i>28</i>	<i>14</i>	<i>38</i>

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
1	№1	2	Современные тенденции стратегического анализа. Отраслевой стратегический анализ. Корпоративный стратегический анализ	Презентации, раздаточный материал
2	№1	2	Источники информации и методы разработки стратегии. Определение сферы деятельности компании и формулирование миссии. Постановка стратегических целей и задач. Разработка стратегии. Реализация стратегии. Оценка результатов реализации стратегии и внесение корректировок.	Презентации, раздаточный материал
3	№2	2	STEP-анализ, анализ трех «К» (3 Cs Analysis), три ценностных критерия, анализ отрасли по модели пяти сил М. Портера, сеть ценностей (Value Net), SWOT-анализ, матрица оценки возможностей (Opportunity Evaluation Matrix), матрица рисков, стратегические группы, матрица SPACE (The SPACE Matrix), матрица BCG.	Презентации, раздаточный материал
4	№2	2	Матрица конкурентного преимущества (усовершенствованная матрица BCG), матрица GE/McKinsey (для анализа хозяйственного портфеля), матрица направленной политики (или матрица Shell), концепция стратегического планирования Abell,	Презентации, раздаточный материал
5	№3	2	Жизненный цикл товара, эволюционная модель жизненного цикла товара.	Презентации, раздаточный

			Стратегии позиционирования товара	материал
6	№3	2	Конкурентные стратегии. Оборонительные и наступательные стратегии. Стратегии вертикальной интеграции. Стратегии в зависимости от ситуации в отрасли и положения компании на рынке. Стратегии диверсификации	Презентации, раздаточный материал
7	№4	2	Оценка эффективности действующей стратегии. Сила и слабость организации, возможности и угрозы. Анализ цен и издержек организации.	Презентации, раздаточный материал
8	№4	2	Цепочка ценностей. Анализ конкурентной позиции организации. Стратегические проблемы организации.	Презентации, раздаточный материал
9	№5	2	Стратегический анализ с использованием методов позиционирования	Презентации, раздаточный материал
10	№5	2	Стратегический анализ и оценка возможностей инвестиционного развития.	Презентации, раздаточный материал
11	№6	2	Перемена как проблема управления организации, перестройка организации, радикальное преобразование, умеренное преобразование, обычные изменения, неизменяемое функционирование, основные области стратегических изменений, типология концепций стратегических перемен.	Презентации, раздаточный материал
12	№6	2	Концепция эффективности организаций, критерии эффективности, оценка эффективности, результативный и действенный подход к управлению, подходы к оценке стратегических изменений.	Презентации, раздаточный материал
13	№7	2	Анализ рисков развития бизнеса.	Презентации, раздаточный материал
14	№7	2	Прогнозирование и методы снижения стратегических рисков	Презентации, раздаточный материал
Итого:		28		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1	№1	4	Анализ кейса №1	Методические указания, раздаточный материал
2	№2	4	Анализ кейса №2	Методические указания, раздаточный материал
3	№3	4	Анализ кейса №3	Методические указания,

				раздаточный материал
4	№4	4	Анализ кейса №4	Методические указания, раздаточный материал
5	№5	4	Анализ кейса №5	Методические указания, раздаточный материал
6	№6	4	Анализ кейса №6	Методические указания, раздаточный материал
7	№7	4	Анализ кейса №7	Методические указания, раздаточный материал
Итого:		28		

Лабораторные работы

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лабораторной работы	Учебно-наглядные пособия
1	№1	2	Анализ рыночной позиции и престижа организации, анализ конкуренции и прочих влияний	Методические указания, раздаточный материал
2	№2	2	Разнообразные методы сегментации, сбора данных, анализа и статистической оценки PEST-анализ. Анализ SWOT, методы сравнительного анализа	Методические указания, раздаточный материал
3	№3	2	Стратегический маркетинговый анализ организации. ABC-анализ, оптимум Парето. XYZ-анализ, анализ товарного спроса	Методические указания, раздаточный материал
4	№4	2	Нормативный метод, анализ временных рядов, экстраполяция тенденций, анализ критических связей, операционные исследования, имитационные модели	Методические указания, раздаточный материал
5	№5	2	Стратегический анализ и оценка финансового состояния предприятия	Методические указания, раздаточный материал
6	№6	2	Стратегический анализ и оценка возможностей инвестиционного развития	Методические указания, раздаточный материал
7	№7	2	Анализ рисков развития бизнеса	Методические указания, раздаточный материал
Итого:		14		

Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ раздела	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
1	1, 2	Общая концепция стратегического менеджмента. Современные тенденции и методы стратегического анализа.	12

2	3	Отраслевой и корпоративный стратегический анализ.	4
3	4, 5	Источники информации и методы разработки стратегии. Типология стратегий в организации.	12
22	6	Стратегические изменения в организации.	4
5	7	Управление изменениями организации. Анализ эффективности стратегических изменений.	6
		Итого	38

5. *Примерная тематика курсовых проектов (работ)*:*

1. Стратегический анализ предприятия (на примере предприятия)
2. Анализ маркетинговой стратегии предприятия (на примере предприятия)
3. Разработка стратегии развития предприятия (на примере предприятия)
4. Провести анализ внутренней среды предприятия (на примере предприятия)
5. Провести анализ внешней среды предприятия (на примере предприятия)
6. Оценить стратегические альтернативы предприятия и выбрать стратегию (на примере предприятия)
7. Определить основные задачи реализации стратегии (на примере предприятия)
8. Провести анализ трех «К» (3 Cs Analysis). Провести анализ отрасли по модели пяти сил М. Портера (на примере предприятия)
9. Провести SWOT-анализ. Матрица оценки возможностей (Opportunity Evaluation Matrix), Матрица рисков (на примере предприятия)
10. Составление карты стратегических групп (на примере предприятия)
11. Матрица SPACE (The SPACE Matrix),
12. Матрица BCG. Матрица конкурентного преимущества (усовершенствованная матрица BCG),
13. Матрица GE/McKinsey (для анализа хозяйственного портфеля),
14. Матрица направленной политики (или матрица Shell),
15. Анализ жизненного цикла товара, эволюционная модель жизненного цикла товара.

**Данная тематика может уточняться в связи с исследовательским интересом студента или сферой его практической деятельности в процессе консультации.*

6. *Образовательные технологии*

В процессе освоения дисциплины «Стратегический анализ бизнеса» используются следующие образовательные технологии:

- лекции;
- тренинги;
- деловые игры;
- работа с кейсами и ситуационными задачами;
- компьютерные занятия;
- письменные домашние работы;
- самостоятельная работа студентов, в которую включается освоение информационных технологий и интерпретации результатов;
- консультации преподавателей.

Применение каждой формы обучения предполагает применение новых ИТ – технологий.

Проведение аудиторных занятий (лекций, лабораторных и практических работ) предполагает использование аудиовизуальных электронных и компьютерных средств мультимедиа, имеющихся в арсенале Университета.

<i>Семестр</i>	<i>Вид занятия (Л, ПР, ЛР)</i>	<i>Используемые интерактивные образовательные технологии</i>	<i>Количество часов</i>
1	Л	Презентации, раздаточный материал	28
	ЛР	Выполнение лабораторных работ, разбор конкретных ситуаций с использованием определенного ППП	14
	ПР	Презентации, дискуссия, разбор конкретных ситуаций с использованием интерактивных средств	28
Итого:			70

7. *Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов*

Примерные задания для текущего контроля

1. Результатом стратегического ВНЕШНЕГО анализа является определение (выберите один вариант ответа):
 - а) возможностей и угроз;
 - б) сильных и слабых сторон компании;
 - в) определение стратегического видения;
 - г) определение соответствия корпоративной культуры и стратегии компании.
2. Стратегические УГРОЗЫ – это:
 - а) представление будущей стратегии, которое задает направление и цели для промежуточных стратегий и стратегических действий;
 - б) тенденции или события, которые при отсутствии стратегической реакции приведут к значительному снижению результатов деятельности;
 - в) тенденции или события, при правильной стратегической реакции на которые компания достигнет существенного улучшения результатов деятельности.
3. Стратегические ВОЗМОЖНОСТИ – это:
 - а) представление будущей стратегии, которое задает направление и цели для промежуточных стратегий и стратегических действий;
 - б) тенденции или события, которые при отсутствии стратегической реакции приведут к значительному снижению результатов деятельности;
 - в) тенденции или события, при правильной стратегической реакции на которые компания достигнет существенного улучшения результатов деятельности.
4. Стратегический ВНЕШНИЙ анализ включает в себя (возможно НЕСКОЛЬКО вариантов ответа):
 - а) анализ покупателей;
 - б) анализ результатов деятельности;
 - в) определение миссии компании;
 - г) анализ конкурентов.
5. Стратегический анализ касается как внутренней, так и внешней среды компании?
 - а) нет, только внешней;
 - б) нет, только внутренней;
 - в) да, касается как внутренней, так и внешней среды

компании;

г) не касается ни одной из них.

6. Вставьте пропущенное слово:

Стратегический _____ является средством преобразования информации, полученной в результате анализа внешней и внутренней среды бизнеса, в альтернативные стратегические планы развития компании.

7. Укажите верную ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ этапов стратегического анализа:

- а) сбор данных;
- б) аналитическая основа;
- в) анализ;
- г) применение результатов.

7. Выберите верный вариант характеристики КОРПОРАТИВНОЙ стратегии:

- а) распространяется на всю компанию и охватывает все направления деятельности, которыми она занимается;
- б) направлена на достижение и укрепление долгосрочной конкурентоспособной позиции отдельного вида бизнеса компании на рынке;
- в) ориентирована на управление ключевыми организационными звеньями (заводами, центрами распределения) для выполнения оперативных задач;
- г) конкретизирует отдельные детали в общем плане развития компании и обеспечивает управление отдельными функциями бизнеса.

8. Выберите верный вариант характеристики ДЕЛОВОЙ стратегии:

- а) распространяется на всю компанию и охватывает все направления деятельности, которыми она занимается;
- б) направлена на достижение и укрепление долгосрочной конкурентоспособной позиции отдельного вида бизнеса компании на рынке;
- в) ориентирована на управление ключевыми организационными звеньями (заводами, центрами распределения) для выполнения оперативных задач;
- г) конкретизирует отдельные детали в общем плане развития компании и обеспечивает управление отдельными функциями бизнеса.

9. Выберите верный вариант характеристики ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ стратегии:

- а) распространяется на всю компанию и охватывает все направления деятельности, которыми она занимается;
- б) направлена на достижение и укрепление долгосрочной конкурентоспособной позиции отдельного вида бизнеса компании на рынке;
- в) ориентирована на управление ключевыми организационными звеньями (заводами, центрами распределения) для выполнения оперативных задач;
- г) конкретизирует отдельные детали в общем плане развития компании и обеспечивает управление отдельными функциями бизнеса.

10. Выберите верный вариант характеристики ОПЕРАЦИОННОЙ стратегии:

- а) распространяется на всю компанию и охватывает все направления деятельности, которыми она занимается;
- б) направлена на достижение и укрепление долгосрочной конкурентоспособной позиции отдельного вида бизнеса компании на рынке;
- в) ориентирована на управление ключевыми организационными звеньями (заводами, центрами распределения) для выполнения оперативных задач;

г) конкретизирует отдельные детали в общем плане развития компании и обеспечивает управление отдельными функциями бизнеса.

11. Методика PEST-анализа рассматривает следующие факторы (возможно несколько вариантов ответа):

- а) политические;
- б) сильные стороны;
- в) экономические;
- г) финансовые результаты;
- д) возможности;
- е) социокультурные;
- ж) технологические.

12. АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПОРТФЕЛЯ – это:

- а) процесс анализа рыночных возможностей, отбора целевых рынков, разработки маркетингового комплекса и претворения в жизнь маркетинговых мероприятий;
- б) организационное образование, которое по всем ключевым параметрам представляет собой независимое предприятие, созданное для целей осуществления бизнеса;
- в) набор видов деятельности и товаров, которыми занимается компания;
- г) метод, с помощью которого выделяются и оцениваются различные виды деятельности, которыми занимается компания.

13. Какая характеристика соответствует элементу матрицы Boston Consulting Group «СОБАКА»:

- а) элементы бизнеса, имеющие небольшую долю быстрорастущих рынков и требующие большого объема средств для сохранения своей доли рынка;
- б) направления деятельности с низкой скоростью роста и небольшой долей рынка, которые могут приносить достаточный доход для поддержания самих себя;
- в) быстрорастущие направления деятельности с большой долей рынка, которые требуют серьезного инвестирования для поддержания их быстрого роста;
- г) направления деятельности с низкими темпами роста и большой долей рынка, приносящие доход для поддержки других элементов бизнеса.

14. БИЗНЕС-ПОРТФЕЛЬ – это:

- а) процесс анализа рыночных возможностей, отбора целевых рынков, разработки маркетингового комплекса и претворения в жизнь маркетинговых мероприятий;
- б) направление деятельности компании, имеющее отдельную миссию и задачи, деятельность которого можно планировать независимо от других направлений;
- в) набор видов деятельности и товаров, которыми занимается компания;
- г) метод, с помощью которого выделяются и оцениваются различные виды деятельности, которыми занимается компания.

15. Какая характеристика соответствует элементу матрицы Boston Consulting Group «ЗНАК ВОПРОСА» / «ЧЕРНАЯ КОШКА»:

- а) элементы бизнеса, имеющие небольшую долю быстрорастущих рынков и требующие большого объема средств для сохранения своей доли рынка;
- б) направления деятельности с низкой скоростью роста и небольшой долей рынка, которые могут приносить достаточный доход для поддержания самих себя;
- в) быстрорастущие направления деятельности с большой долей рынка, которые требуют серьезного инвестирования для поддержания их быстрого роста;
- г) направления деятельности с низкими темпами роста и большой долей рынка, приносящие доход для поддержки других элементов бизнеса.

16. Какая характеристика соответствует элементу матрицы Boston Consulting Group «ДОЙНАЯ КОРОВА»:

- а) элементы бизнеса, имеющие небольшую долю быстрорастущих рынков и требующие большого объема средств для сохранения своей доли рынка;
- б) направления деятельности с низкой скоростью роста и небольшой долей рынка, которые могут приносить достаточный доход для поддержания самих себя;
- в) быстрорастущие направления деятельности с большой долей рынка, которые требуют серьезного инвестирования для поддержания их быстрого роста;
- г) направления деятельности с низкими темпами роста и большой долей рынка, приносящие доход для поддержки других элементов бизнеса.

17. Что, согласно модели цепочки ценности (value chain), относится к ОСНОВНЫМ (первичным) видам деятельности (возможно несколько вариантов ответа):

- а) инфраструктура компании;
- б) входящая логистика;
- в) производственный процесс;
- г) управление персоналом;
- д) сервис.

18. В матрице SWOT-анализа ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ влияние ВНУТРЕННИХ факторов отмечается в поле:

- а) силы;
- б) слабости;
- в) возможности;
- г) угрозы.

19. В матрице SWOT-анализа ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ влияние ВНЕШНИХ факторов отмечается в поле:

- а) силы;
- б) слабости;
- в) возможности;
- г) угрозы.

20. В матрице SWOT-анализа ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ влияние ВНЕШНИХ факторов отмечается в поле:

- а) силы;
- б) слабости;
- в) возможности;
- г) угрозы.

21. В матрице SWOT-анализа ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ влияние ВНУТРЕННИХ факторов отмечается в поле:

- а) силы;
- б) слабости;
- в) возможности;
- г) угрозы.

22. Вставьте пропущенное прилагательное:

_____ поток - это разница между доходами и издержками экономического субъекта, выраженная в разнице между полученными и сделанными платежами.

23. Какие из указанных методов применяются для обоснования решений в условиях определенности среды (возможно несколько вариантов ответа):
- а) критерий Вальда;
 - б) метод предельного анализа;
 - в) метод линейного программирования;
 - г) дерево решений.
24. Какие из указанных методов применяются для обоснования решений в условиях неопределенности среды (возможно несколько вариантов ответа):
- а) критерий Вальда;
 - б) метод предельного анализа;
 - в) критерий Сэвиджа;
 - г) метод линейного программирования.
25. Какие из указанных методов применяются для обоснования решений в условиях риска (возможно несколько вариантов ответа):
- а) дерево решений;
 - б) метод приростного анализа;
 - в) сценарный анализ;
 - г) метод линейного программирования.
26. Для чего нужна оценка эффективности действующей стратегии:
- а) выяснить место компании среди конкурентов;
 - б) проанализировать структуру каналов распределения;
 - в) определить границы конкуренции компании;
 - г) определить географические размеры рынков;
 - д) выявить различия географических рынков;
 - е) уточнить группы потребителей, на которые она ориентируется.
27. Укажите правильные критерии выбора стратегической альтернативы:
- а) сбалансированность по SWOT-матрице;
 - б) наличие необходимых стратегических ресурсов;
 - в) гарантия получения необходимого дохода;
 - г) допустимый уровень риска;
 - д) удовлетворение общественных потребностей;
 - е) обеспечение прочного конкурентного статуса.
28. Какая из стратегий конкуренции привлекает покупателей за счет максимального отличия продукции компании от аналогичной продукции конкурентов:
- а) стратегия лидерства по издержкам;
 - б) стратегия широкой дифференциации;
 - в) стратегия оптимальных издержек;
 - г) сфокусированная стратегия на базе низких издержек;
 - д) сфокусированная стратегия на базе дифференциации продукции.
29. Какая модель оказывается приспособленной как для анализа динамики бизнеса, так и для анализа финансового баланса всего делового портфеля организации?
- а) модель GE/McKinsey;
 - б) модель BCG;
 - а) модель ADL/LC;
 - г) модель Shell/DPM.

30. К какой категории можно отнести компании, действующие лишь на некоторых этапах производства в своей отрасли:

- а) Специализированные компании;
- б) Полностью интегрированные;
- в) Частично интегрированные.

Шкала оценивания (при общем количестве вопросов в контрольном задании – 30)

<i>Количество ответов</i>	<i>Количество правильных</i>	<i>До 10</i>	<i>11-15</i>	<i>16-24</i>	<i>25-30</i>
<i>Оценка</i>		2	3	4	5

Темы рефератов для самостоятельной работы

1. Практическая методология стратегического анализа
2. Почему стратегическое управление с таким трудом приживается в России, ПМР?
3. Драйверы начала процесса стратегического планирования
4. Сессии стратегического планирования как форма организации разработки стратегии
5. Технологии опросов на этапе стратегической диагностики
6. Методы и технологии стратегического анализа активов корпорации: проблемы применения
7. Методы и технологии стратегического анализа бизнес-ландшафта: проблемы применения
8. Реконструкция цепочки ценностей или экономия в ее звеньях
9. Проблемы информационного обеспечения процесса стратегического аудита
10. Использование консалтинга в стратегическом управлении российскими компаниями
11. Экспертные оценки в стратегическом анализе: методы получения, обработка, ограничения, применение
12. Технологии стратегического финансового анализа (на материалах конкретной организации)
13. Как можно дополнить конкурентный анализ М.Портера
14. Новые возможности портфельного анализа
15. Чем полезен анти-SWOT.
16. Асимметрия информации. Объективное и субъективное восприятие конкурентоспособности.
17. Методы оценки конкурентоспособности. Компенсационные и некомпенсационные стратегии оценки конкурентоспособности.
18. Уровни конкуренции и конкурентоспособности.
19. Внутритраслевая и межотраслевая конкуренция.
20. Межотраслевой баланс.
21. Конкурентоспособность предприятия. Товарная конкуренция. Конкурентоспособность товара. Конкурентные преимущества.
22. Методы оценки конкурентоспособности. Сравнительные методы оценки конкурентных преимуществ.
23. Методы оценки конкурентоспособности. Структурный и функциональный методы оценки конкурентоспособности.
24. Методы оценки конкурентоспособности. Матричные методы, методы «профилей», интегральные показатели.
25. Структура конкурентных преимуществ, материальные и нематериальные конкурентные преимущества.
26. Классификация нематериальных конкурентных преимуществ.
27. Человеческий капитал. Маркетинговый капитал.
28. Классификация нематериальных конкурентных преимуществ.

29. Структурный капитал. Партнерский капитал.
30. Инструменты управления нематериальными конкурентными преимуществами.
31. Оценка риска инновации. Анализ факторов успешности нововведений.
32. Статистическое тестирование. Анализ парных взаимосвязей.
33. Многомерный анализ данных.
34. Сущность и последовательность проведения проверки гипотез.
35. Анализ взаимосвязей между признаками
36. Общая характеристика методов прогнозирования в маркетинговых исследованиях. Точечные оценки и доверительные интервалы. Ошибки прогноза Методы экспертных оценок.
37. Методы анализа и прогнозирования временных рядов. Оценка изменений в показателях временных рядов.
38. Прогнозирование тренда и сезонных явлений. Казуальные методы прогнозирования.

Вопросы к экзамену

1. Методология современного стратегического анализа. Принципы непрерывности, системности, объективности
2. Понятие стратегии. Сущность стратегического управления.
3. Структура и содержание процесса стратегического управления.
4. Анализ стратегических факторов внешней среды.
5. Анализ конкурентной среды. Конкурентные преимущества организации.
6. Методы разработки стратегии предприятия.
7. Стратегическое планирование.
8. Характеристика базовых стратегий.
9. Управление реализацией стратегии. Стратегические изменения.
10. Матричные метода разработки стратегий
11. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара.
12. Уровни реакции рынка. Их измерение.
13. Анализ потребностей посредством сегментации рынка
14. Анализ привлекательности рынка
15. Методы прогнозирования спроса.
16. Анализ конкурентоспособности фирмы
17. Анализ конкурентных ситуаций.
18. Выбор стратегии маркетинга
19. Анализ портфеля направлений деятельности. Базовые стратегии развития
20. Конкурентные стратегии.
21. Стратегии международного развития
22. Анализ неопределенностей и рисков макросреды
23. Современный отраслевой анализ: идентификация движущих сил отраслевого рынка
24. Современный отраслевой анализ: прогноз будущей структуры и прибыльности
25. Углубленный конкурентный анализ: позиционирование поведения конкурентов
26. Углубленный конкурентный анализ: ключевые факторы успеха в отрасли. Оценка конкурентной позиции фирм с использованием КФУ
27. Бенчмаркинг как метод стратегического анализа. Виды бенчмаркинга.
28. Этапы бенчмаркинга. Источники информации и партнеры по бенчмаркингу.
29. Стратегическое оценивание активов корпорации: виды активов, методы и результаты оценки
30. Методы оценки нематериальных активов корпорации

31. Оценка потенциальной прибыльности ресурсов и способностей корпорации
 32. Анализ устойчивости конкурентного преимущества
 33. Стратегический анализ цепочки ценностей: принципы
 34. Стратегический анализ издержек
 35. Анализ ключевых компетенций и их использования
 36. Стейкхолдер-анализ в выборе стратегии. Карта стейкхолдеров.
 37. SWOT-анализ: матрица, этапы и правила проведения, результаты, применение
 38. Комплексная оценка текущей конкурентоспособности компании
 39. Ресурсный подход к оценке потенциальной конкурентоспособности компании
 40. Анализ эффективности существующей корпоративной стратегии
 41. Технология идентифицирования стратегических альтернатив
 42. Критерии и методы оценки стратегических альтернатив
 43. Модели выбора стратегических альтернатив
 44. Подходы к организации проведения стратегического анализа.
 45. Информационная система и технологии стратегического анализа в системе стратегического управления корпорацией.
 46. Особенности стратегического анализа в крупных и мелких компаниях
 47. Особенности стратегического анализа в B2B и B2C компаниях
 48. Процесс введения нового товара на рынок.
 49. Анализ риска и планирование непредвиденных обстоятельств
 50. Статистические методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации.
 51. Качественные методы маркетинговых исследований:
 52. Сущность качественных методов. Виды качественных методов.
 53. Количественные методы анализа: Статистические измерители.
 54. Основные направления анализа рынка и его структура.
 55. Определение позиции и рыночной доли фирмы на рынке.
 56. Роль отраслевого анализа в развитии маркетинговой стратегии Показатели конкурентоспособности продукта.
 57. Основные направления маркетинговых исследований цен. Показатели динамики цен. Прогнозирование цен.
 58. Анализ организации товародвижения. Маркетинговые исследования деятельности предприятий оптовой и розничной торговли.
 59. Задачи маркетингового исследования рекламы. Оценка эффективности рекламной кампании.
 60. Анализ конкурентных преимуществ. Управление торговыми марками, бренд-менеджмент.
8. **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**
- 8.1. Основная литература:
1. Бараненко С.П. Стратегический менеджмент. – М.: Центрполиграф, 2010. – 319 с.
 2. Веснин В.Р. Стратегическое управление. Учебное пособие. – СПб: Питер, 2009. – 256с.
 3. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент. Учебное пособие.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 624 с.
 4. Панов А.И. и др. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 303 с.
 5. Стратегический менеджмент : учебно-методическое пособие / С.С. Носова, и др. – Москва : Русайнс, 2017. – 179 с.

6. Стратегический менеджмент : учебник / В.Н. Парахина, А.С. Максименко, С.В. Панасенко. – Москва : КноРус, 2017. – 496 с. - ЭБС
 7. Стратегическое развитие организации : учебное
 8. пособие / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин, Т.А. Лачина. – Москва : КноРус, 2016. – 284 с.
 9. Стратегическое управление персоналом. Краткий курс : учебное пособие / Е.Ю. Колетвинова. – Москва : Проспект, 2015. – 144 с.
 10. Стратегическое управление. Учебное пособие : учебное пособие / В.Р. Веснин. – Москва : Проспект, 2014. – 192 с.
 11. Томпсон А.А., Стрикленд А.Д. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. -928 с.
 12. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент. Учебник для ВУЗов. – М.: Дашков и К, 2012. – 468 с.
- 8.2. Дополнительная литература:
1. Виханский О.С. Стратегическое управление – М.: Экономистъ, 2008 – 296 с.
 2. Вумек Д.П. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
 3. Джордж Л.М. Бережливое производство + шесть сигм. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
 4. Портер Е.М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
 5. Портер Е.М. Конкурентное преимущество Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
 6. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент – М.: Инфра-М, 2009. – 236 с.
 7. Лайкер Дж. TOYOTA 14 принципов менеджмента ведущей компании. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
 8. Майстер Д. Делай то, что проповедуешь. Что руководители должны делать для создания корпоративной культуры, нацеленной на высокие достижения. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
 9. Маасаки И. КАЙДЗЕН Ключ к успеху японских компаний. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005
 10. Черемных О.С. Стратегический корпоративный реинжиниринг. Процессно-стоимостной подход к управлению бизнесом. – М.: Финансы, 2005
 11. Ботавина Р. Н. Этика менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2002
 12. Хасси Д. Стратегическое планирование. - СПб.: Питер, 2001
- 8.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы
1. Библиотека академии наук – <http://www.neva.ru/>
 2. Информационно-правовой сервер «КонсультантПлюс» – <http://www.consultant.ru/>
 3. Издательство «Открытые системы» - <http://www.osp.ru/>;
 4. Журнал «Эксперт», <http://www.expert.ru>
 5. Журнал «Секрет фирмы», <http://www.sf-online.ru>
 6. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом», <http://dis.ru/manag>
 7. Журнал «Топ-Manager», <http://www.top-manager.ru>
 8. Журнал «Директор-Инфо», <http://www.director-info.ru>
 9. Журнал «Реальный бизнес», <http://www.real-business.ru>
 10. E-xecutive – сообщество эффективных менеджеров, <http://e-xecutive.ru>
 11. ITeam.Ru – технологии корпоративного управления, <http://www.iteam.ru>
 12. AUP.Ru Административно-Управленческий Портал, <http://www.aup.ru>
 13. Сайт компании Процесс Консалтинг, которая работает в области анализа и оценки стратегических программ – www.processconsulting.ru

14. Международная сеть «Оценка программ», международная ассоциация анализа и оценки коммерческих и социальных программ и проектов. <http://www.eval-net.org> –
15. Образовательный интернет-портал по экономике и управлению предприятием – <http://www.eup.ru>
16. Информационный сайт, посвященный проблемам стратегического анализа, управления и планирования – <http://stplan.ru>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля):

Для проведения лекционных и практических занятий необходимы:

- 1) Лекционная аудитория, оборудованная видеопроекторным оборудованием для презентаций и практических работ.
- 2) Компьютерная аудитория, оборудованная для проведения лабораторных с персональными компьютерами, с операционной системой Windows 2007 и новее др., программным обеспечением Microsoft Office, объединенными в сеть и с выходом в Интернет.

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Рабочая учебная программа по дисциплине «Стратегический анализ бизнеса» составлена в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта ВО по направлению 09.04.03 «Прикладная информатика» магистратура.

Изучение дисциплины проходит в форме лекционных занятий, выполнения лабораторных работ в компьютерной аудитории, практических работ. Самостоятельная работа заключается в самостоятельном изучении тем студентом, в конспектировании тем и написании по ним эссе, рефератов, подготовке презентационных материалов, работа над курсовым проектом, работа с кейсами.

11. Технологическая карта дисциплины

Курс 1 семестр 1

Преподаватель – лектор *Павлинова Елена Игоревна*

Преподаватели, ведущие практические занятия *Павлинова Елена Игоревна*

Кафедра *прикладной информатики в экономике*

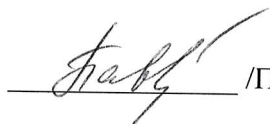
Весовой коэффициент дисциплины в совокупной рейтинговой оценке, рассчитываемой по всем дисциплинам (*если введена модульно-рейтинговая система*) модульно-рейтинговая система не введена

Наименование дисциплины / курса	Уровень/ступень образования (бакалавриат, специалитет, магистратура)	Статус дисциплины в рабочем учебном плане (А, Б, В, Г) (<i>если введена модульно-рейтинговая система</i>)	Количество зачетных единиц / кредитов
Стратегический анализ бизнеса	магистратура	-	4
Смежные дисциплины по учебному плану (<i>перечислить</i>):			
Управление инновационными проектами; Коммерциализация программных технологий и разработок; Информационные технологии в анализе хозяйственной деятельности; Информационные системы экономического анализа			

ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ (входной рейтинг-контроль, проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам)				
Тема, задание или мероприятие входного контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Итого:				
БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ (проверка знаний и умений по дисциплине)				
Тема, задание или мероприятие текущего контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Итого:				
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ				
Тема, задание или мероприятие дополнительного контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Или				
Итого максимум:				

Дополнительные требования для студентов, отсутствующих на занятиях по уважительной причине: устное собеседование с преподавателем по проблемам пропущенных занятий, обязательное выполнение внеаудиторных контрольных, письменных работ, анализ кейса, написание реферата по пропущенным темам.

Составитель



/Павлинова Елена Игоревна, ст.преподаватель

Зав. кафедрой



/Павлинов Игорь Алексеевич, к.э.н., профессор

Согласовано:

1. Зав. выпускающей кафедры
профессор



/Павлинов Игорь Алексеевич, к.э.н.,

2. Директор филиала
ПГУ им. Т.Г. Шевченко



/Павлинов Игорь Алексеевич, к.э.н., профессор