

Н.р. дата
Знур...

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Экономический факультет

Кафедра «Экономики и менеджмента»

Утверждаю
Заведующий кафедрой

Смоленский Н.Н.

«03» 09 2020 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«Стратегический менеджмент»**

для направления подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Производственный менеджмент в АПК

отраслевая специализация «Агропромышленный комплекс»

квалификация выпускника

Бакалавр

Разработал:
к.э.н., доцент С. А. Гребенюк



г. Тирасполь – 2020 г.

Паспорт фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Стратегический менеджмент»

1. В результате изучения «Стратегический менеджмент» обучаемый должен:

1.1. Знать:

- содержание основных понятий, миссию цели стратегического управления организацией;
- виды организационных структур управления;
- схему управления стратегическими изменениями;
- терминологический аппарат;

1.2. Уметь:

- экономически мыслить по проблематике проводимых стратегических мероприятий на предприятии, давать правильную оценку мероприятиям стратегической политики, уметь применять полученные знания для решения практических задач бизнеса;
- самостоятельно работать с литературой, писать реферативные работы на актуальные темы по стратегическому менеджменту;
- использовать отечественный и международный опыт разработки стратегических проектов, внедрения современных стратегий, получения позитивных результатов с выходом на мировые рынки;
- определять возможные источники финансирования стратегических проектов.

1.3. Владеть:

- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- методами: SWOT -анализа, PEST(STEP) -анализа, для принятия стратегических, тактических и управленческих решений;
- теоретическими знаниями современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности;
- Принципами стратегического менеджмента;
- Основными понятиями и терминами, необходимыми для стратегического позиционирования организации во внутренней и внешней среде;

2. Программа оценивания контролируемой компетенции:

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) и их наименование	Код контролируемой компетенции или ее части	Наименование оценочного средства
№1	Раздел 1. Теоретико-методологические основы стратегического менеджмента	ОК-1-3, ПК 1-4, 8,9,12	Практическая работа № 1, 2
№2	Раздел 2. Стратегический анализ и стратегический выбор; Организационно-экономические аспекты стратегического менеджмента	ОК-1-3, ПК 1-4, 8,9,12	Творческое задание
Промежуточная аттестация		Код контролируемой компетенции или ее	Наименование оценочного

	части	средства
1. Экзамен	ОК-1-3, ПК 1-4, 8,9,12	Набор КИМ № 1

Кафедра «Экономики и менеджмента»

Комплект контрольно-измерительных материалов № 1 по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Перечень вопросов для сдачи экзамена

1. Сущность стратегического менеджмента
2. Предпосылки стратегического управления
3. Этапы развития стратегического управления
4. Первоначальная концепция стратегического управления
5. Использование стратегического управления в отечественных условиях.
6. Основные функции стратегического управления.
7. Сущность стратегического управления.
8. Особенности стратегических решений.
9. Основные составляющие стратегического управления.
10. Характеристика объектов стратегического управления
11. Концепция стратегического управления Венсера \ Лагранжа
12. Виды стратегического управления.
13. Характеристика принципов стратегического управления.
14. Подходы к формированию миссии
15. Определение сферы и миссии бизнеса.
16. Определение общих долгосрочных целей.
17. Каковы цели внешнего анализа
18. Какие существуют критерии качества целей.
19. Основные факторы внешней сферы.
20. Какова цель и содержание отраслевого анализа.
21. Показатели общей оценки ситуации в отрасли.
22. Модель анализа конкуренции фирм.
23. Модель пяти сил конкуренции по М.Е.Портеру.
24. Основные движущие силы конкуренции.
25. Цели внутреннего анализа (внутренняя среда предприятия).
26. Принципы внутреннего анализа.
27. Сущность сильных и слабых сторон предприятия.
28. Содержание стратегического анализа издержек и «цепочка ценностей».
29. Раскройте двойственное понимание стратегии.
30. Определите основные элементы стратегии.
31. Классификация стратегий предприятия.
32. Основные стратегии развития бизнеса.
33. Основные стратегии предприятия - основные этапы.
34. Выбор и оценка стратегий предприятия.
35. Понятие и виды конкурентных преимуществ.
36. Базовые стратегии конкуренции.
37. Сущность стратегии лидерства в издержках.
38. Сущность и особенности стратегии дифференциации.
39. Основные характеристики стратегии фокусирования.
40. Понятие и виды стратегических решений в производстве.
41. Сущность базовой стратегии производства.
42. Сущность стратегии размещения производства.
43. Программа стратегии организации производства.
44. Сущность стратегий НИОКР.
45. Сущность базовых стратегий НИОКР.
46. Понятие и преимущество диверсификации.

47. Целесообразность диверсификации.
48. Виды диверсификации.
49. Сущность вертикальной интеграции.
50. Сущность горизонтальной интеграции.
51. Сущность несвязанной диверсификации.
52. Цели и основные этапы портфельного анализа.
53. Сущность матрицы БКГ.
54. Сущность матрицы Мак Кинси (Дженерал Элекрик).
55. Основные стадии выполнения стратегии.
56. Содержание и типы стратегических изменений.
57. Сущность организационной структурой как объект стратегических изменений.
58. Сущность организационной культуры как объекта стратегических изменений.
59. Сущность управления реализацией стратегических изменений.
60. Сущность стратегического контроля, типы контроля.
61. Сущность развития стратегического менеджмента. Этапы развития стратегического управления.
62. Определение сферы, видения, миссии бизнеса в стратегическом менеджменте предприятия.
63. Содержание стратегического анализа внутренней среды предприятия, «цепочка ценностей» М. Портера.
64. Сущность стратегий одиночного бизнеса современных компаний, стратегия: лидерства в издержках, дифференциации, фокусирования, диверсификация, синергизма.
65. Сущность диверсификации, ее виды в ходе реализации стратегического менеджмента на предприятии.
66. Сущность анализа внешней среды предприятия, SWOT и PEST анализ макросферы предприятия.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется если студент:

- знает и умеет использовать категориально – понятийный аппарат дисциплины;
- знает логику (структуру) научного исследования;
- знает и умеет использовать методологию научного исследования;
- знает нормативы литературно – технического оформления научного исследования;
- владеет общенаучными и специально-научными методами познания;
- умеет адекватно и компетентно интерпретировать результаты эмпирического исследования.

Оценка «хорошо» выставляется если студент:

- Знает, но имеет затруднения в анализе взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

Оценка «удовлетворительно» выставляется если студент:

- Знает, но не объясняет анализ стратегические характеристики товаров, услуг, потребителей, отрасли; различает и анализирует стратегические группы конкурентов, ключевые факторы конкурентного успеха и основные направления достижения конкурентных преимуществ;

Оценка «не удовлетворительно» выставляется если студент:

- не знает или не может использовать понятийно – категорийный аппарат.
- не умеет планировать и выделять основные этапы научного исследования.
- не знает элементов и логики научного аппарата.
- не знает методов научного исследования.
- не умеет применять методы научного познания.
- не знает нормативов литературно – технического оформления научного исследования.

- не умеет интерпретировать результаты эмпирического исследования.
- Не знает анализа и взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

Составитель  С.А.Гребенюк

«03» 09 2020г.

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Экономический факультет
Кафедра «Экономики и менеджмента»
Комплект заданий для контрольной работы №2
по дисциплине «Стратегический менеджмент»

1. Исторические предпосылки возникновения и этапы развития стратегического менеджмента.
2. Школы современного стратегического менеджмента: дизайна, планирования, позиционирования.
3. Школы современного стратегического менеджмента: предпринимательства, когнитивная, обучения.
4. Школы современного стратегического менеджмента: власти, культуры, внешней среды, конфигурации.
5. Управленческая стратегия: формирование и реализация.
6. Организация стратегического планирования.
7. Проекты как форма оперативного планирования, нацеленного на реализацию стратегии.
8. Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов.
9. Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования реализации стратегии.
10. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность компании.
11. Стратегии корпоративных организаций и образований как результат развития концентрации, централизации и структуризации бизнеса и эволюции корпоративных структур.
12. Стратегическое управление и конкурентоспособность компании. Особенности стратегического менеджмента в малом, среднем и крупном бизнесе.
13. Стратегический позиционный анализ компании. Виды, типы и общая характеристика конкурентных позиций.
14. Алгоритм оценки конкурентной позиции компании в рыночной экономике.
15. Стратегическая позиционная оценка компании.
16. Стратегический анализ основных компонентов внутренней и внешней среды фирмы.
17. Основные стратегические позиции компании в зависимости от ее положения на рынке.
18. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *PEST-анализа*.
19. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *SWOT-анализа*.

20. Стратегическое позиционирование компании относительно жизненных циклов товара (матрица Артур Литтл). Сильные и слабые стороны матрицы Артур Литтл.
21. Стратегическое позиционирование компании относительно жизненных циклов отраслей (матрица Хофера-Шендела). Сильные и слабые стороны матрицы Хофера-Шендела.
22. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матрицы БКГ.
23. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матриц Мак-Кинси.
24. Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл» и ее основные стратегические альтернативы.
25. Корпоративные (базовые) стратегии компании.
26. Конкурентные (деловые) стратегии организации.
27. Ролевые (инновационно-поведенческие) стратегии компании.
28. Производственные функциональные стратегии компании.
29. Финансовые функциональные стратегии компании.
30. Стратегии защиты компании от финансовых рисков.
31. Инвестиционные финансовые функциональные стратегии компании.
32. Маркетинговые функциональные стратегии компании.
33. Кадровые функциональные стратегии компании.
34. Стратегическое управление компанией в развивающейся отрасли экономики.
35. Стратегическое управление компанией в стабильной отрасли экономики.
36. Стратегическое управление компанией в сокращающейся отрасли экономики.
37. Базовые стратегии антикризисного управления компаний.
38. Стратегии управления качеством в системе менеджмента компании.
39. Стратегическое управление компанией в глобальной отрасли мировой экономики.
40. Стратегическое управление компанией в региональной экономике

Критерии оценки:

Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

Оценка «Отлично» выставляется студенту, если

- он обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины;
- освоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;
- решил правильно все практические задания и сделал правильные логические выводы.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, если

- он обнаружил достаточно полное знание учебно-программного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, освоил основную литературу рекомендованной программой дисциплины;

- показал систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

- выполнил правильно все практические задания, но недостаточно раскрыл их содержание.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, если

- обнаружил достаточное знание основного учебно - программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справившемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;

- допустил погрешности при выполнении практических заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

- решил правильно одно практическое задание.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, если

- он обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен их самостоятельно выполнить без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине;

- не выполнил правильно ни одного практического задания.

Составитель _____ С.А.Гребенюк

«03» 09 2020 г.

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Экономический факультет
Кафедра «Экономики и менеджмента»

Комплект практического задания №3
по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Семинар 1. Введение в стратегический менеджмент. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления. Основные корпоративные структуры.

Вопросы:

1. Понятие стратегического менеджмента.
2. Основные отличия стратегического менеджмента от оперативного.
3. Исторические предпосылки возникновения стратегического менеджмента.
4. Этапы развития стратегического менеджмента.
5. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.
Реферативные доклады:
 - Жесткие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
 - Мягкие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление.
 - Стратегические бизнес-единицы (хозяйственные подразделения) и стратегические зоны хозяйствования корпоративных структур.

Семинар 2. Основные школы современного стратегического менеджмента

Вопросы:

1. Школа дизайна: формирование стратегии как процесс осмысления.
2. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс.
3. Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс.
4. Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.

Реферативные доклады:

- Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.
- Когнитивная школа: формирование стратегии как ментальный процесс.
- Школа обучения: формирование стратегии как развивающийся процесс.
- Школа власти: формирование стратегии как процесс ведения переговоров.
- Школа культуры: формирование стратегии как коллективный процесс.
- Школа внешней среды: формирование стратегии как реактивный процесс.
- Школа конфигурации: формирование стратегии как процесс трансформации.

Семинар 3. Управленческая стратегия: формирование и реализация.

Вопросы:

1. Понятие управленческой стратегии. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей.
2. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации.
3. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи.
4. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус.
5. Процесс формирования стратегий.
6. Реализация стратегии.

Реферативные доклады:

- Виды и типы стратегий. Содержание стратегии как документа.
- Стратегические решения.
- Стратегическое прогнозирование.

Семинар 4. Организация стратегического планирования.

Вопросы:

1. Сущность и содержание планирования как функции менеджмента.
2. Специфика и виды стратегического планирования.
3. Цикл и методы стратегического планирования. Типы плановых структур.
4. Формы реализации стратегического планирования.
5. Проекты как форма оперативного планирования, нацеленного на реализацию стратегии.

Реферативные доклады:

- Стратегическое планирование как разработка системы стратегических плановых документов.
- Программно-целевое планирование как форма оперативно-стратегического планирования.
- Бизнес-план как форма оперативно-тактического планирования.

Семинар 5. Конкурентоспособность, конкурентные преимущества и стратегические компетенции компании

Вопросы:

1. Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности компании.
2. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании.
3. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность компании.

4. Интеграция, дифференциация и структуризация корпоративного бизнеса: формы и виды.
- Реферативные доклады:
- Стратегии корпоративных организаций и образований как результат развития концентрации, централизации и структуризации бизнеса и эволюции корпоративных структур.
 - Стратегические конкурентные компетенции компании.

Семинар 6. Стратегический анализ конкурентной рыночной позиции компании

Вопросы:

1. Позиционный анализ. Алгоритм оценки конкурентной позиции.
2. Позиционная оценка фирмы-лидеры.
3. Позиционная оценка фирмы-последователи лидера с сильной позицией.
4. Позиционная оценка фирмы-последователи лидера со слабой позицией.
5. Позиционная оценка фирмы- аутсайдеры с кризисной позицией.

Реферативные доклады:

- Основные виды стратегических конкурентных позиций компании: очень сильная, сильная, средняя, слабая.
- Основные стратегические позиции компании в зависимости от ее положения на рынке.

Семинар 7. Стратегический анализ конкурентного позиционного поведения компании

Вопросы:

1. Понятие и сущность анализа позиционного поведения компании в рыночной экономике.
2. Виды, типы и общая характеристика конкурентных позиций.
3. Наступательные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
4. Оборонительные стратегические позиции компании: плюсы и минусы.
5. Смешанные стратегические позиции компании.

Реферативные доклады:

- Алгоритм оценки конкурентной позиции компании в рыночной экономике.
- Основные виды и типы стратегического конкурентного позиционирования компании.

Семинар 8. Стратегический анализ рыночного положения компании посредством матриц SWOT, PEST, БКГ.

Вопросы:

1. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Достоинства и недостатки матрицы БКГ.
2. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Звезды», «Дойные коровы»,
3. Типы фирм и товаров по классификации матрицы БКГ: «Собаки», «Знаки вопроса».
4. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Новатора», «Последователя».
5. Гипотезы матрицы БКГ. Варианты траектории динамики портфеля корпорации: «Неудачи», «Перманентной посредственности».

Реферативные доклады:

- Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *PEST-анализа*.
- Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом *SWOT-анализа*.

Семинар 9. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матриц Мак-Кинси и «Шелл».

Вопросы:

1. Портфельная матрица Мак-Кинси (McKinsey-General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы.
2. Достоинства и недостатки матрицы McKinsey-GE.

3. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey-GE: «удержать позицию», «улучшить позицию»,
 4. Основные стратегические альтернативы матрицы McKinsey-GE: «восстановить утраченную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать».
 5. Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл» и ее основные стратегические альтернативы.
- Реферативные доклады:
- История возникновения и специфика применения портфельной матрицы Мак-Кинси (McKinsey-General Electric).
 - История возникновения и специфика применения портфельной матрицы направленной политики компании «Шелл».

Семинар 10. Корпоративные (базовые) стратегии организации

Вопросы:

1. Корпоративные стратегии ограниченного и прогрессирующего роста.
 2. Корпоративные стратегии интенсивного роста.
 3. Корпоративные стратегии интеграционного роста.
 4. Корпоративные стратегии диверсификационного роста.
 5. Корпоративные стратегии сокращения.
- Реферативные доклады:
- Понятие, виды и типы корпоративных (базовых) стратегий. Понятие и структура портфеля корпоративного образования.
 - Финансовый и реальный капитал, рыночные сферы предпринимательской деятельности и организационная структура корпорации.

Семинар 11. Конкурентные (деловые) стратегии организации.

Вопросы:

1. Конкурентные стратегии лидерства в низких издержках.
 2. Конкурентные стратегии дифференциации.
 3. Конкурентные стратегии фокусирования (узкой специализации):
- Реферативные доклады:
- Виолентные (силовые) стратегии доминирования на обширных рынках крупных фирм («слонов»).
 - Пациентные (нишевые) стратегии доминирования различных компаний с узкой специализацией («лис»).
 - Коммутантные (приспособленческие) стратегии мелких фирм («серых мышей»), направленные на производство неспециализированной часто меняющейся продукции.
 - Эксплерентные (пионерные) стратегии быстро растущих малых и средних фирм («ласточек»), осваивающих новую продукцию.

Семинар 12. Производственные функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Стратегическое управления производственным потенциалом компании: сущность, виды, типы, особенности.
 2. Производственные функциональные стратегии размещения и специализации производства.
 3. Производственные ресурсные функциональные стратегии: привлечения ресурсов, сохранения ресурсов.
 4. Производственные функциональные стратегии прибыли.
 5. Производственные функциональные стратегии качества.
- Реферативные доклады:
- Стратегии управления технологическим развитием производства компании.
 - Стратегии управления НИОКР компании.

Семинар 13. Финансовые функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Стратегии привлечения финансовых средств.
2. Стратегии финансовых инвестиций.
3. Стратегии управления дебиторской и кредиторской задолженностью.
4. Стратегии управления издержками.
5. Стратегии выплаты дивидендов.
6. Стратегии защиты от финансовых рисков.

Реферативные доклады:

- Стратегии управления текущими финансовыми операциями и обеспечения финансовой устойчивости фирмы: специфика и формы.
- Стратегии управления долгосрочными финансовыми операциями: специфика и формы.
- Стратегическое финансовое планирование как специфическая форма функции планирования организации.

Семинар 14. Маркетинговые функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Маркетинговые функциональные стратегии управления жизненным циклом товара.
2. Маркетинговые функциональные стратегии управления товародвижения.
3. Маркетинговые функциональные стратегии ценообразования.
4. Маркетинговые функциональные стратегии воздействия на потребителей.

Реферативные доклады:

- Место маркетинга в стратегическом управлении компанией.
- Функции стратегического маркетинга. Стратегия и тактика управления маркетингом.

Семинар 15. Кадровые функциональные стратегии.

Вопросы:

1. Кадровые функциональные стратегии привлечения и отбора персонала.
2. Кадровые функциональные стратегии развития персонала.
3. Кадровые функциональные стратегии перемещения персонала.
4. Кадровые функциональные стратегии регулирования занятости на предприятии.

Реферативные доклады:

- Общее понятие стратегии управления персоналом.
- Внешние и внутренние факторы формирования стратегии управления персоналом.

Семинар 16. Стратегическое управление компанией в развивающейся отрасли экономики.

Вопросы:

1. Особенности, преимущества и проблемы развивающихся отраслей. Проблемы, ограничивающие развитие зарождающихся отраслей.
2. Специфика рынков новых продуктов на раннем и последующих этапах.
3. Стратегии инновационного продвижения на новый рынок - наступательная, выжидательная, промежуточная стратегии.
4. Стратегическое управление компаниями в зарождающихся (инновационных) отраслях.
5. Базовые стратегии компании в развивающихся отраслях: наступательные, оборонительные, имитационные.
6. Стратегии освоения новаций - опоры на собственные силы, кооперации с партнерами, закупки новинок.

Реферативные доклады:

- Фаза инновационного зарождения жизненного цикла отрасли и особенности динамики зарождающихся отраслей.
- Основные типы стратегического конкурентно-инновационного поведения фирмы: виолентное, пациентное, эксплерентное, коммутантное.

Семинар 17. Стратегическое управление компанией в стабильной отрасли экономики.

Вопросы:

1. Фаза стабильности жизненного цикла отрасли и особенности динамики зрелых стабильных отраслей.
 2. Изменения в отрасли в период её перехода от фазы зарождения к фазе зрелости.
 3. Стратегическая дилемма, обостряемая нарастанием зрелости отрасли.
 4. Стратегическое управление компаниями в зрелых отраслях. Особенности, источники, конкурентных преимуществ и проблемы зрелых отраслей.
 5. Специфика конкурентных стратегий компаний в зрелых отраслях экономики.
- Реферативные доклады:
- Особенности, преимущества и проблемы зрелых отраслей.
 - Стратегические ловушки переходного периода и организационные последствия зрелости отрасли.

Семинар 18. Стратегическое управление компанией в сокращающейся отрасли экономики.

Вопросы:

1. Фаза спада жизненного цикла отрасли и особенности динамики стагнирующих отраслей. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы нарастания кризисного развития организации.
2. Структурные факторы конкуренции на этапе спада отрасли. Барьеры выхода из отрасли в период её спада.
3. Важнейшие особенности, конкурентные преимущества и стратегические проблемы стагнирующих отраслей.
4. Особенности стратегического управления компаниями в отраслях, переживающих спад.
5. Стратегические альтернативы конкурентного поведения компаний в период отраслевого спада.

Реферативные доклады:

- Управляемые и неуправляемые процессы антикризисного развития. Роль стратегии в антикризисном управлении.
- Базовые стратегии антикризисного управления.

Составитель _____ С.А.Гребенюк

«03» 09 2000.

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»
Экономический факультет
Кафедра «Экономики и менеджмента»

Творческое задание
по дисциплине «Стратегическое управление»

Памятка по написанию эссе

Эссе – это сочинение небольшого объема, свободно выражающее индивидуальные впечатления и размышления по поводу услышанного, прочитанного, просмотренного.

Цель работы – раскрыть предложенную тему путем приведения каких-либо аргументов.

Эссе не может содержать много идей. Оно отражает только один вариант размышлений и развивает его. При написании эссе старайтесь отвечать четко на

поставленный вопрос и не отклоняйтесь от темы. Эссе строго индивидуальная работа и не терпит соавторства (все работы проверяются в системе антиплагиат).

Оформление работы

Объем работы – 3-5 стр. (вступление -10% от объема всей работы; основная идея - 80% от объема всей работы; заключение -10% от объема всей работы)

Оформление сносок и цитат

Оформление списка литературы

Сдача работы в срок

Работа сдается на кафедру не менее, чем за одну неделю до даты проведения зачета

Структура эссе: вступление, основная часть (развитие темы), заключение.

Вступление

Суть и обоснование выбранной темы.

Должно включать краткое изложение вашего понимания и подход к ответу на данный вопрос. Полезно осветить то, что вы предполагаете сделать в работе, и то, что в ваше эссе не войдет, а также дать краткие определения ключевых терминов. При этом постарайтесь свести к минимуму число определений.

Основная часть

Данная часть предполагает развитие вашей аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Предлагаемая вами аргументация (или анализ) должна быть структурирована. В основной части вы должны логически обосновать, используя данные или строгие рассуждения, вашу аргументацию или анализ. Не ссылайтесь на работы, которые не читали сами. Небрежное оперирование данными, включая чрезмерное обобщение, снижает оценку. Следует избегать повторений. Необходимо писать коротко, четко и ясно.

Заключение

Наличие необходимых выводов из работы

Обоснование выводов автора

Указание на дальнейшие направления развития темы

Эссе проходит проверку в системе антиплагиата.

Темы эссе:

1. Стратегия организации.
2. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах.
3. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей.
4. Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка)
5. Этапы в развитии методологии стратегического управления
6. Этапы в развитии методологии стратегического управления «складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть (стратегическое управление в реальном масштабе времени)»
7. Процесс разработки, принятия и реализации стратегических решений
8. Принципы стратегического менеджмента –основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей.
9. Последовательность основных этапов стратегического управления
10. Методы анализа внутренней и внешней среды организации
11. Анализ конкурентного потенциала организации

12. Предпосылки развития стратегического менеджмента
13. Понятие, цель и задачи стратегического менеджмента
14. Исторические этапы развития стратегического управления
15. Первоначальные концепции стратегического управления
16. Стратегия фирмы и виды разрабатываемой стратегии
17. Сущность, роль и значение стратегического управления
18. Функции стратегического управления
19. Основные компоненты и этапы стратегического управления
20. Объекты и виды стратегического управления
21. Миссия организации и функциональных подразделений. Значение стратегического видения.
22. Понятие внешней среды организации. Макро и микросреда. Характеристика факторов внешней среды. Стратегический анализ макро среды.
23. Стратегический анализ микросреды.
24. Характеристика основных факторов внутренней среды.
25. Основные разделы формирования системы показателей для анализа внутренней среды
26. Финансовые показатели. Формирование стратегических выводов. Выявление сильных и слабых сторон, угроз и возможностей.
27. Конкурентный анализ. Матричный метод обоснования стратегической позиции. Особенности формирования критериев для матрицы, сравнительный анализ.
28. Матрицы BCG (анализ портфеля товаров), GE (многофакторная матрица отраслевой привлекательности). Карты стратегических позиций. Построение матрицы SWOT.
29. Классификация стратегий по типам их содержания и использования в стратегическом менеджменте.
30. Классификация базовых стратегий развития. Классификация стратегий развития (роста).

Критерии оценки:

Оценка «Зачтено» выставляется если студент:

- знает и умеет использовать методологию научного исследования;
- знает нормативы литературно – технического оформления научного исследования;
- владеет общенаучными и специально-научными методами познания;

Оценка «Не зачтено» выставляется если студент:

- не умеет применять методы научного познания
- не знает нормативов литературно – технического оформления научного исследования.
- не умеет интерпретировать результаты эмпирического исследования.

Составитель _____ С.А.Гребенюк

«03» 09 2020 г.