

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.01.02 Стратегический менеджмент

38.03.02 Менеджмент

Управление бизнесом

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Способен участвовать в разработке программы организационного развития и изменений, обеспечивать их реализацию	ПК-2.1 Составляет проекты распорядительных и организационных документов, осуществляет их информационную обработку при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений в управленческую деятельность в рамках программ организационного развития	знает Основы управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
		умеет Участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
		владеет навыками Навыками управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-2 Способен участвовать в разработке программы организационного развития и изменений, обеспечивать их реализацию	ПК-2.3 Способен принимать участие в стратегическом анализе, разработке стратегий организации	знает методов стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; особенностей функциональных стратегий организации
		умеет проводить стратегический анализ организации; планировать реализацию стратегии; определять стратегические альтернативы, оценивать их эффективность и разрабатывать стратегический план организации; анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями организации

		владеет навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, учета взаимосвязей между функциональными стратегиями организации при разработке стратегии организации
--	--	---

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Стратегический менеджмент			
1.1.	Предмет и задачи стратегического менеджмента	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Тест
1.2.	Стратегия предприятия	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Деловая и/или ролевая игра
1.3.	Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Реферат
1.4.	Контрольная точка № 1 по темам 1-3	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Контрольная работа
1.5.	Отраслевой и конкурентный анализ	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Реферат
1.6.	Анализ ситуации компании и стратегия одиночного бизнеса	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Кейс-задача
1.7.	Стратегическое планирование	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Собеседование
1.8.	Контрольная точка № 2 по темам 4-6	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Контрольная работа
1.9.	Вертикальная интеграция и диверсификация как части корпоративной стратегии	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Деловая и/или ролевая игра
1.10.	Инструментарий реализации стратегии	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Реферат
1.11.	Организация стратегического контроля	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Собеседование
1.12.	Контрольная точка № 1 по темам 7-9	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Контрольная работа
1.13.	Экзамен	6	ПК-2.1, ПК-2.3	Собеседование
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
	Для оценки знаний		

1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
3	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
4	Реферат	Реферат – Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
Для оценки навыков			
5	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи

6	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
Промежуточная аттестация			
7	Курсовые работы (проектов)	Вид самостоятельной письменной работы, направленный на творческое освоение общепрофессиональных и профильных профессиональных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих профессиональных компетенций. При написании курсовой работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.	Перечень тем курсовых работ (проектов)
8	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Стратегический менеджмент"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Примерные задания для КТ

Типовые вопросы (оценка знаний)

1. Вертикальная интеграция
2. Основные стадии выполнения стратегии
3. Роль контроля в реализации стратегии

Типовая задача репродуктивного уровня (оценка умений):

Задача 1. Ответьте на ниже следующие вопросы (несколько вариантов):

Цели объединения компаний в стратегические союзы:

Конкурентные стратегии для зрелых отраслей:

Наиболее эффективные стратегии в формирующихся отраслях:

Оптимальные варианты конкурентных стратегий на динамичных рынках:

Стратегии выхода из кризиса:

Стратегии для компаний – лидеров отрасли:

Стратегии для компаний – преследователей:

Стратегии для компаний в отраслях на этапе застоя или спада – это:

Стратегии компаний в сегментированных отраслях:

Стратегические риски в зрелых отраслях:

Стратегические риски для быстро растущих компаний:

Задача 2. Установите элементы стратегического контроля и их краткое содержание

Элемент	Название	Содержание
---------	----------	------------

Типовые задачи реконструктивного уровня (оценка навыков)

Задача 1. На рынке некоторого товара действуют 14 фирм. Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм. Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900.

Примерные тестовые вопросы по теме "Предмет и задачи стратегического менеджмента"

1. Чем занимается оперативное управление?
 - 1) использование продукта для продажи;
 - 2) использует существующую стратегическую позицию организации с целью достижения ее целей;
 - 3) обеспечивает стратегическую позицию;
 - 4) выявляет необходимость проведения стратегических изменений в организации;
 - 5) определяет последовательность действий организации по разработке и реализации стратегии.
2. Что представляет собой стратегическое управление?
 - 1) организационно-управленческий механизм подчинения производства потреблению;
 - 2) долгосрочный результат, который стремится достичь организация для осуществления своей миссии;
 - 3) источник формирования конкурентного преимущества;
 - 4) процесс, определяющий последовательность действий организации по выработке и реализации стратегии;
 - 5) средство достижения конечного результата.
3. Что является ядром стратегического управления?
 - 1) бизнес-план;
 - 2) формулировка стратегии;
 - 3) инвестиции;
 - 4) стратегический менеджер;
 - 5) структура организации.
4. Назовите один из основного конечного продукта стратегического управления?
 - 1) потенциал организации, который обеспечивает достижение целей в будущем;

- 2) формулировка долгосрочных целей;
 - 3) план стратегического развития организации;
 - 4) информация;
 - 5) анализ внешней и внутренней среды.
5. Назовите один из основных объектов стратегического управления.
- 1) кадры организации;
 - 2) продукт;
 - 3) услуга;
 - 4) ресурсы организации;
 - 5) стратегическое хозяйственное подразделение.

Кейс-задача по теме "Стратегическое планирование"

ООО «РАСКО» на сегодняшний день является крупнейшим производителем стеклянной бутылки для ликероводочной промышленности России. Производит продукцию вместимостью 0,1 – 1 литра, которая превосходит по качеству продукцию многих других заводов, работающих на новом оборудовании. ООО «РАСКО» входит в число лучших заводов по качеству. Особенностью его продукции является то, что она пригодна для скоростных разливных линий. ООО «РАСКО» может исполнить практически все пожелания заказчика за исключением габаритных размеров изделия, поскольку стеклоформирующее оборудование имеет определенный предел по размерам.

На предприятии ежедневно выпускается 11 стандартных видов бутылки, но оно имеет возможность изготовить фигурную бутылку любого дизайна, в том числе и эксклюзивную, а это является лучшим гарантом от подделки ликероводочной продукции, даже более надежным, чем акцизная марка. Выпуская качественную, красиво выполненную эксклюзивную бутылку, предприятие тем самым учитывает интересы своих клиентов.

Производственная мощность ООО «РАСКО» в настоящее время составляет более 1 млн бутылок в сутки.

ООО «РАСКО» держит доступные цены, экономит на масштабе производства. При низких ценах «РАСКО» удается обеспечивать качество на уровне европейских стандартов, это первый в России стеклотарный завод, который взялся за введение у себя на предприятии европейского стандарта ISO 9002 – единого по всей Европе. Продукцию предприятия, получившего сертификат соответствия данному стандарту, можно уже не проверять, так как качество гарантировано. Это шаг на мировой рынок.

Оборудование на предприятии ООО «РАСКО» новейшее и импортное, что позволяет выпускать высококачественную продукцию. На отечественном рынке потребителями продукции ООО «РАСКО» являются многие частные предприятия Московской и Ленинградской областей, а также ликероводочные заводы. Конкурентами для ООО «РАСКО» являются заводы «Красное эхо», «Символ», «Богатырь», «Красный маяк», «Красный октябрь». Все они расположены на территории Владимирской области. Важнейший конкурент – завод «Красное эхо». Цены на продукцию все заводы устанавливают рыночным путем. Себестоимость у конкурентов выше, так как они производят меньшее количество продукции и, следовательно, менее рентабельны. Конкурентное преимущество ООО "РАСКО" заключается в его производственных возможностях.

Теперь подробно проанализируем характеристики предприятия ООО «РАСКО» и его основных конкурентов – заводов «Красное эхо» и «Символ» – с помощью профилей деятельности (таблица).

Оценка состояния конкурентной среды ООО «РАСКО»

В таблице обозначены: точками – ООО «РАСКО», кружками – завод «Красное эхо», звездочками – завод «Символ».

По данным таблицы можно сделать следующие выводы о состоянии конкурентной среды предприятия:

1. ООО «РАСКО» занимает ведущее положение практически по всем параметрам (показателям).

2. Слабыми сторонами предприятия являются: маркетинговые способности, менеджмент и квалификация персонала.

Вопросы к заданию

1. Каковы движущие силы рынка и конкуренции?
2. Каковы факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы?

3. Перечислите инструменты ведения конкурентной борьбы.
4. Отстройка от конкурентов – особенности и практические примеры.
5. Охарактеризуйте влияние позиционирования на выбор стратегических альтернатив

Комплект тестовых заданий по теме "Анализ ситуации компании и стратегия одиночного бизнеса"

1. Какая фирма является пионером в разработке усовершенствованной матрицы стратегического портфеля СЗХ фирмы с переменными?

- 1) Mc Kinsey;
- 2) Mc Donald's;
- 3) Кока-кола;
- 4) «Дженерал Электрик»;
- 5) «Красный октябрь».

2. Назовите синоним понятия «корпоративная стратегия»:

- 1) деловая стратегия;
- 2) функциональная стратегия;
- 3) портфельная стратегия;
- 4) миссия организации;
- 5) долгосрочное планирование.

3. Что имеет основное значение при формировании стратегического поведения предприятия?

- 1) Поведение предприятия на рынке;
- 2) Внутренняя политика предприятия;
- 3) Повышение квалификации кадров;
- 4) Увеличение доли на рынке;
- 5) Проведение маркетинговых мероприятий.

4. Что является центром внимания в модели БКГ?

- 1) Конкурентные позиции фирмы;
- 2) Поток денежной наличности фирмы;
- 3) Учет внутренних параметров фирмы;
- 4) Доля фирмы на рынке;
- 5) Показатель лояльности.

5. Назовите основной прием портфельного анализа:

- 1) построение матриц;
- 2) линейное уравнение;
- 3) составление пропорций;
- 4) построение системы координат;
- 5) распределение вероятностей.

6. Какая из классических моделей стратегического анализа опирается на четкое разграничение различных уровней стратегического планирования?

- 1) SWOT-анализ;
- 2) Матрица БКГ;
- 3) ADL;
- 4) Hofer/Schendel;
- 5) Матрица фирмы «Дженерал электрик».

7. Назовите основной недостаток модели ADL?

- 1) схематичность;
- 2) изменчивость;
- 3) нет критериев для определения числа переменных;
- 4) громоздкость;
- 5) условен выбор переменных для анализа.

8. Какая стадия жизненного цикла отрасли, согласно концепции модели ADL, характеризуется повышением спроса на продукцию отрасли, а также увеличением объема продаж?

- 1) Зрелость;
- 2) Рост;
- 3) Старость;
- 4) Рождение;

5) Насыщение.

9. Какой показатель, разработанный для использования в модели ADL, измеряется процентом фондов корпорации, реинвестируемых в данный вид бизнеса?

- 1) Внутреннее перераспределение;
- 2) Внешнее перераспределение;
- 3) Внутрифирменный обмен;
- 4) Генератор денежной наличности;
- 5) Отрицательный внутренний перераспределитель.

10. В чем состоит базовая концепция модели ADL?

- 1) Целеполагание должно быть отделено от стратегического планирования;
- 2) Бизнес-портфель корпорации должен быть сбалансированным;
- 3) Нужно сравнивать бизнес-области, относящиеся к разным отраслям;
- 4) Стратегические решения зависят от того, что находится в центре внимания менеджера;
- 5) Стратегия должна быть сформулирована с учетом рассмотрения альтернативных

вариантов

Деловая игра по теме "Стратегия предприятия"

Продолжите утверждения:

1. Стратегия на уровне корпорации должна концентрироваться

2. Корпоративная стратегия должна

2. Недостатком концентрации компании на одиночном бизнесе является то, что

3. Вертикальная интеграция позволяет

4. Недостатками вертикальной интеграции являются

5. Узкая интеграция обычно предпочтительней полной, так как

6. Использование долговременных контрактов позволяет компании

7. Диверсификация увеличивает доход

8. Затраты на управление при диверсификации зависят

10. Связанная диверсификация предпочтительнее несвязанной, так как

11. Стратегический альянс компаний может реализовать

12. Приведите примеры вертикальной и горизонтальной интеграции

Кейс-задача по теме "Анализ ситуации компании и стратегия одиночного бизнеса"

Выполнить диагностику стратегического плана реформирования предприятия. Организационно-технические мероприятия стратегического плана реформирования предприятия способствуют сокращению численности на 120 чел. Объем продукции по плану и по отчету – 123000 тыс. ден. ед. Производство продукции на одного работника по отчету составляет 320 тыс. ден. ед. Рассчитать повышение производительности труда и численности работников по стратегическому плану реформирования предприятия.

Вопросы для собеседования по теме "Стратегическое планирование"

1. Стратегическое планирование: сущность и элементы планирования.
2. Стратегический план: содержание и процесс формирования.
3. Понимание «стратегии организации», элементы стратегии.

4. Особенности формирования стратегий российских организаций.

Деловая игра по теме "Вертикальная интеграция и диверсификация как части корпоративной стратегии"

Цель деловой игры: формирование компетенций по стратегическому анализу, разработке и осуществлению стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности, а также способности анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

Правила игры: Участники игры разбиваются на 4 группы, 3 из которых имитируют деятельность фирм участниц конкурса, 1 – деятельность аудиторской службы Союза предпринимателей. Фирмы разрабатывают стратегию развития, аудиторская служба оценивает стратегические возможности фирм, то есть осуществляет проверку реальности и объективности разработанных стратегий. В каждой группе выбирают руководителя, который докладывает результаты на общем обсуждении.

На презентацию выделяется 10 минут, на оценку – 7 минут. После обсуждения стратегий принимается решение о том, какая фирма выиграла конкурс.

Задание: Группам, имитирующим деятельность фирм – участниц конкурса необходимо на основании имеющейся информации:

- оценить рыночную ситуацию и место фирмы на рынке;
- оценить сильные и слабые стороны своей фирмы с позиций конкурентоспособности;
- выбрать стратегию маркетинга;
- сделать прогнозную оценку основных показателей хозяйственной деятельности;
- разработать программу формирования стратегии позиционирования, имиджа фирмы и продвижения товара.

Рыночная ситуация: Союз предпринимателей региона принял решение оказать финансовую поддержку одной из фирм, имеющей приоритетное значение для хозяйства региона. Поддержка будет выражаться в предоставлении льготных кредитов, налоговых льгот и финансовых субсидий. Союз предпринимателей будет принимать решение на конкурентной основе, для участия в конкурсе необходимо разработать стратегию своей фирмы.

Предприятия А, Б, В выпускают мясные консервы. Сравнительная характеристика мясных консервов:

Предприятие А выпускает свиные консервы с пищевыми добавками, улучшающими вкус. Срок хранения 3 года, упаковка от 100 г до 1 кг, калорийность на 100 г 1570. Затраты по доставке товара несет поставщик. Риск в связи с затруднениями реализации несет покупатель. Средняя рыночная цена за одну банку 16 руб. размер наценки 15% от рыночной цены.

Предприятие Б выпускает говяжьи консервы с ароматическими веществами, улучшающими вкус, срок хранения 2,5 года, упаковка от 100 г до 1 кг, калорийность 1200 кал на 100 г. Посредник вывозит товар собственным транспортом, риск в связи с затруднениями в реализации несет покупатель.

Цена составляет 11 руб. за условную банку. Наценка 20% от рыночной цены. Предприятие В выпускает консервы свиные с пищевыми добавками. Срок хранения 2,5 года. Упаковка от 100 г до 500 г. Калорийность 1750 кал. на 100 г. продукта. Затраты по доставке и риск в связи с затруднениями реализации несет поставщик. Цена товара составляет 13 тыс. рублей за условную банку, размер наценки 15% от рыночной цены.

Все предприятия осуществляют реализацию товаров через посредников. Предприятие В имеет не-большую сеть фирменных магазинов, а предприятие А действует на основе франчайзинга. Расходы на стимулирование потребителей (демонстрации новинок, выставки-продажи) у предприятия А 1% от объема сбыта, у Б – 1,5%, у В – 3,5%.

Предприятия А и Б выступают с рекламными обращениями еженедельно по трем каналам телевидения, объявления звучат 5 раз в день. Дважды в месяц публикуются обращения в периодической печати. Уровень расходов на рекламу составляет 10 и 6% от объема сбыта. Предприятие А столкнулось с затруднениями сбыта своей продукции и применило рекламную компанию. В дорекламный период среднесуточный объем сбыта составлял 10 млн. ден. ед., после – 19 млн. Время учета объема сбыта в рекламном периоде составило 50 дней. На рекламную компанию было затрачено 55% от прироста объема сбыта. Предприятие В выступает с рекламными обращениями 2 раза в неделю в средствах массовой информации, уровень расходов на рекламу

составляет 6% от объема сбыта. Специалистами отдела маркетинга было выявлено, что эффективность ре-кламной компании, проведенной предприятием В в процессе продвижения на рынок новинки, составила 10 млн. ден. ед., а у предприятия Б -18 млн.

Расходы на подготовку кадров на предприятиях –А –3%, Б –2%, В –2,5% от объемов сбыта. Расходы на научные исследования А –1%, Б -1,2%, В –1% от чистой прибыли. У предприятий А и Б сложная обстанов-ка с текучестью кадров, уволились 475 и 200 работников, из них 9 и 5 работники управленческого персонала. Возраст оборудования на предприятиях А –9 лет, Б –7 лет, В –5 лет. Время простоев оборудования – А –120 часов в год, Б – 100, В –180. Удельный вес новых изделий А – 5%, Б –2%, В-2,2% от общего количества выпус-каемой продукции в год. Размер наценки на новинку у предприятий А, Б, В составляет 25, 30, 20% от средней рыночной цены.

Вопросы для собеседования по теме "Организация стратегического контроля"

1. Роль контроля в реализации стратегии.
2. Типы систем контроля.
3. Уровни управления и системы контроля.

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Вопросы к экзамену:

1. Сущность стратегического менеджмента
 2. Система стратегического управления
 3. Основные требования к стратегическому менеджеру
- Общее содержание стратегии
4. Факторы, определяющие стратегию компании
 5. Основные организационные уровни разработки стратегии
 6. Стратегические зоны хозяйствования и стратегические хозяйственные цен-тры
 7. Стратегическая гибкость
 8. Синергизм и внутренняя взаимосвязь
 9. Сущность и содержание портфельного анализа
 10. Матричные методы оценки портфеля диверсифицированных организаций
 11. Место и содержание отраслевого и конкурентного анализа
 12. Определение доминирующих в отрасли экономических характеристик
 13. Основные движущие силы, вызывающие изменения в отрасли
 14. Анализ конкурентных сил, действующих на фирму
 15. Оценка конкурентных позиций и возможных действий соперничающих компаний
 16. Определение ключевых факторов конкурентного успеха
 17. Стратегическое планирование: сущность и элементы планирования.
 18. Стратегический план: содержание и процесс формирования.
 19. Понимание «стратегии организации», элементы стратегии.
 20. Особенности формирования стратегий российских организаций
 21. Цель анализа и оценка применяемой стратегии
 22. SWOT-анализ
 23. Стратегический стоимостный анализ
 24. Оценка силы конкурентной позиции фирмы
 25. Определение предпочтительных стратегических действий фирмы
 26. Основные стратегии одиночного бизнеса
 27. Выбор стратегии инвестиций
 28. Практика конкурентной борьбы в отрасли
 29. Обычные стратегические ошибки
 30. Рост и развитие корпорации
 31. Вертикальная интеграция
 32. Диверсификация
 33. Матрица БКГ
 34. Матрица МакКинсей

35. Матрица эволюции СЗХ
36. Возможные «ловушки» матричного анализа портфеля СЗХ
37. Стратегия входа на рынок
38. Стратегии ухода
39. Определение оптимальной стратегии диверсифицированной фирмы
40. Разработка (корректировка) корпоративной стратегии на основе анализа портфеля СЗХ
41. Ключевые задачи реализации стратегии
42. Практические рекомендации по обеспечению организации стратегически эффективной

компания

43. Корпоративная культура, обеспечивающая эффективную реализацию стратегии
44. Основы политики действий руководства компании в стратегической области
45. Разработка стратегии, основанной на горизонтальной интеграции.
46. Управление конкурентными преимуществами предприятия на стадии роста.
47. Повышение эффективности деятельности предприятия путем разработки и согласования функциональных стратегий.
48. Стратегический анализ отрасли.
49. Стратегический анализ диверсифицированной компании.
50. Мотивация стратегических изменений.
51. Риск, связанный с реализацией стратегии дифференциации.
52. Зависимость стратегии товара от стратегии фирмы.
53. Стратегический менеджмент как непрерывный процесс.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы письменных работ

1. Основы стратегического менеджмента и его эволюция
2. Концепция стратегического менеджмента: от долгосрочного планирования к динамическим стратегиям.
3. Эволюция подходов к стратегическому управлению: сравнительный анализ школ стратегического менеджмента.
4. Роль стратегического мышления в современном бизнесе.
5. Стратегический менеджмент как инструмент создания конкурентного преимущества.
6. Отличие стратегического управления от оперативного: границы и точки пересечения.
7. Анализ внешней и внутренней среды
8. Применение модели PESTEL для анализа макросреды компании: преимущества и ограничения.
9. Анализ пяти сил Портера: актуальность в условиях цифровой экономики.
10. SWOT-анализ: классический инструмент или устаревший метод?
11. Ресурсный подход (RBV) и концепция ключевых компетенций: как выявить источники устойчивого конкурентного преимущества.
12. Бенчмаркинг как элемент стратегического анализа: лучшие практики и риски копирования.
13. Стратегии на разных уровнях и в разных контекстах
14. Корпоративные стратегии диверсификации: когда и зачем компании расширяют портфель бизнесов?
15. Конкурентные стратегии по М. Портеру: «стоимость», «дифференциация», «фокусирование» в современной практике.
16. Стратегия голубого океана: создание новых рыночных пространств против конкуренции в существующих.
17. Бизнес-модели как отражение стратегии: кейс платформ и подписочных сервисов.
18. Стратегии роста стартапов: от поиска product-market fit до масштабирования.

Примерные темы курсовой работы

1. Стратегическое развитие предприятия
2. Разработка функциональных стратегий
3. Разработка стратегического плана предприятия
4. Разработка стратегии развития производства
5. Разработка конкурентной стратегии развития компании

6. Стратегическое управление на предприятиях АПК
7. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятий
8. Оценка конкурентоспособности предприятия
9. Стратегическое планирование в организации
10. Стратегическое планирование организации жилищно-коммунальной сферы
11. Проведение стратегического анализа организации в условиях рыночной экономики
12. Необходимость проведения анализа среды при стратегическом планировании деятельности фирмы
13. Необходимость стратегического менеджмента
14. Оценка и контроль выполнения стратегических решений
15. Оценка конкурентоспособности предприятия
16. Стратегический менеджмент как непрерывный процесс»
17. Роль стратегии маркетинга в стратегическом управлении организацией
18. Разработка стратегии роста компании
19. Разработка стратегии организации
20. Повышение стратегического потенциала организации
21. Стратегия маркетинга и рост фирмы
22. Определение миссий и целей стратегического управления
23. Повышения эффективности конкурентной деятельности организации
24. Разработка стратегии концентрированного роста
25. Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности
26. Необходимость стратегического менеджмента
27. Влияние организационной культуры на стратегическое развитие организации
28. Разработка маркетинговой стратегии предприятия
29. Стратегия управления эффективностью предприятия
30. Разработка функциональной стратегии управления качеством в организации
31. Разработка функциональной стратегии управления информационной системой в организации
32. Стратегические альтернативы развития системы управления персоналом и оценка их эффективности
33. Стратегическое управление организацией
34. Стратегический потенциал организации
35. Организационные изменения, связанные с реализацией конкурентной стратегии
36. Конкурентные преимущества предприятия
37. Формирование корпоративной культуры компании для успешного стратегического развития
38. Изменение логистической системы в целях повышения финансовых результатов предприятия
39. Разработка производственной стратегии предприятия
40. Разработка предложений по изменению системы стратегического управления активами
41. Формирование единого видения и целей стратегического развития компании
42. Разработка производственной стратегии и инвестиционного проекта
43. Разработка и реализация стратегии управления издержками в целях повышения эффективности предприятия
44. Формирование конкурентной стратегии развития предприятия
45. Управление маркетинговыми стратегиями
46. Разработка и реализация кадровой стратегии предприятия
47. Конкурентоспособность бизнеса и профессиональная подготовка персонала
48. Совершенствование кадровой стратегии предприятия
49. Изучение влияния бизнес среды на стратегическое развитие организации