

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

УТВЕРЖДАЮ

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

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.О.14 Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)

38.04.02 Менеджмент

Финансовый менеджмент

магистр

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
<p>ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью организации использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие бизнес-модели организаций;</p>	<p>ОПК-4.2 Разрабатывает стратегически е и тактические решения в области создания и развития инновационных направлений деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели</p>	<p>знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности применения механизмов по привлечению инвестиций для различных отраслей экономики (В/03.7 Зн.15, В/04.7 Зн.9); - основные механизмы финансирования инвестиционных проектов (В/04.7 Зн.6); - стратегические и тактические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества и развития организации и формирования соответствующей им бизнес-модели
		<p>умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать миссию организации и на ее основе формировать иерархическую структуру целей и задач организации, разрабатывать стратегию развития и бизнес-план организации; - разрабатывать стратегические и тактические решения, направленные на достижение стратегических целей организации, в области оценивания новых рыночных возможностей организации для разработки стратегии развития и соответствующего бизнес-плана
		<p>владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками контроля текущих промежуточных результатов инвестиционного проекта (В/04.7 ТД.3); - навыками оценивания соответствия промежуточных результатов инвестиционного проекта контрактным обязательствам инвестиционного проекта (В/04.7 ТД.4); - навыками реализации стратегических и тактических решений в области создания и развития инновационных направлений деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели

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 (продвинутый уровень)			
1.1.	Стратегические направления развития организации: целевые установки	1	ОПК-4.2	Собеседование, Тест, Эссе
1.2.	Контрольная точка № 1 по темам 1-2	1		Контрольная работа
1.3.	Экзамен	1		
	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
Для оценки умений			
2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			

3	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 (продвинутый уровень)"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устного опроса

Тема 1. Общая концепция стратегического управления и подходы к выработке стратегии

1. Сущность и задачи стратегического менеджмента.
2. Система стратегического управления.
3. Основные требования к стратегическому менеджеру.

Тема 2. Стратегические направления развития организации: целевые установки

1. Общее содержание стратегии. Факторы, определяющие стратегию компании.
2. Основные организационные уровни разработки стратегии.
3. Стратегические зоны хозяйствования и стратегические хозяйственные центры.

Тема 3. Разработка стратегии одиночного бизнеса

1. Определение доминирующих в отрасли экономических характеристик
2. Основные движущие силы, вызывающие изменения в отрасли.
3. Анализ конкурентных сил, действующих на фирму
4. Оценка конкурентных позиций и возможных действий соперничающих компаний.
5. Определение ключевых факторов конкурентного успеха.

Тема 4. Разработка функциональных стратегий и стратегий на корпоративном уровне

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

Тема 5. Организация реализации стратегии и управление стратегическими изменениями

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

Типовая кейс-задача

Кейс: Разработка стратегии развития организации с получением эффекта синергизма

В основе стратегии фирмы — проникновение в другие отрасли производства. Данная стратегия используется для того, чтобы организация не стала чрезмерно зависимой от одного стратегического хозяйственного подразделения.

Фирма, располагая большими капиталами, полученными в основной сфере бизнеса, рассматривает эту стратегию как наиболее подходящий путь для инвестирования капитала и уменьшения степени риска, особенно в связи с тем, что дальнейшая экспансия в основной сфере бизнеса ограничена. При ее осуществлении фирма выходит за рамки промышленной цепочки, внутри которой она действовала и ищет новые виды деятельности, дополняющие существующие в технологическом и коммерческом плане, с целью добиться эффекта синергизма и осваивает виды деятельности, не связанные с ее традиционным портфелем, с целью обновления портфеля.

Вопросы к кейсу:

Определите, какую стратегию реализует фирма, и уточните ее варианты, связанные с получением эффекта синергизма?

Типовая деловая игра

Деловая игра «Разработка стратегии маркетинга».

Условие. 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.

Правила игры. Участники игры разбиваются на 6 групп, 3 из которых имитируют деятельность фирм участниц конкурса, 2 – 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. 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 небольшую 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 рекламной 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 обстановка 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 выпускаемой продукции в год. Размер наценки на новинку у предприятий А, Б, В составляет 25, 30, 20% от средней рыночной цены.

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

Контрольная точка

Типовые вопросы (оценка знаний)

1. Общее содержание стратегии. (2 балла)
2. Какие факторы определяют стратегическую установку организации? (2 балла)
3. Укажите три уровня стратегии, разрабатываемых в организации. (2 балла)

Типовая задача репродуктивного уровня (оценка умений):

Задача 1 (4 балла). Одному из направлений деятельности фирмы соответствует бизнес-область, которая в прошлом получила относительно большую долю рынка. Однако со временем рост заметно замедлился. Данное направление - «звезда» в прошлом - в настоящее время обеспечивает фирме достаточную прибыль для того, чтобы удерживать на рынке свои конкурентные позиции.

Определите, к какому типу относится данное направление и дайте характеристику потока денежной наличности в бизнес-области.

Задача 2 (4 балла). Согласно А. Томпсону и А. Стрикленду анализ стратегий диверсифицированных компаний представляет собой процесс, состоящий из следующих восьми шагов, перечисленных в случайном порядке. Проранжируйте эти шаги:

- а) построение портфельной матрицы БКГ и (или) General Electric/McKinsey для стратегической оценки хозяйственного портфеля компании;
- б) оценка конкурентных позиций и конкурентной силы каждого из хозяйственных подразделений;
- в) определение того, какие именно виды деятельности имеют важные стратегические соответствия с другими видами деятельности хозяйственного портфеля, и оценка соответствия каждого вида деятельности направлению развития и стратегии материнской компании;
- г) анализ текущей стратегии;
- д) ранжирование хозяйственных подразделений по приоритетности инвестирования;
- е) использование результатов предшествующего анализа для разработки последовательных действий, направленных на улучшение деятельности корпорации в целом;
- ж) ранжирование различных хозяйственных подразделений компании по результатам их прошлой деятельности и прогнозным оценкам их будущего развития;
- з) оценка привлекательности каждой отрасли, представленной в хозяйственном портфеле компании.

Типовые задачи реконструктивного уровня (оценка навыков)

Задача 1 (8 баллов). На основании данных таблицы дайте оценку конкурентных позиций хозяйственных подразделений предприятия.

Характеристики	Значение характеристик по подразделениям			
	1	2	3	4
Качество товара	Хорошо	Удовлетворительно	Скорее плохо	Плохо
Репутация	Хорошо	Скорее хорошо	Отлично	Очень плохо
Производственные возможности	Удовлетворительно	Удовлетворительно	Плохо	Отлично
Технологические новинки	Отлично	Отлично	Очень плохо	Скорее хорошо
Сбытовая сеть	Отлично	Отлично	Скорее хорошо	Скорее плохо
Маркетинг	Отлично	Не вполне удовлетворительно	Отлично	Удовлетворительно
Финансовое положение	Удовлетворительно	Удовлетворительно	Отлично	Скорее хорошо

Скорее плохо

Изддержки относительные

Удовлетвори-тельно

Отлично

Скорее плохо

Очень плохо

Обслуживание клиентов

Удовлетвори-тельно

Скорее

хорошо

Отлично

Очень плохо

Шкала оценок

От-лич-но Очень хоро-шо Хо-рошо Скорее хоро-шо Более чем удовле-тво- рительно Удовле-твори-тельно Не вполне удовле-твори-тельно Скорее плохо Плохо

Очень плохо

10

9

8

7

6

5

4

3

2

1

Задача 2 (8 баллов). Одному из направлений деятельности фирмы соответствует бизнес-область, которая в прошлом получила относительно большую долю рынка. Однако со временем рост заметно замедлился. Данное направление – «звезда» в прошлом – в настоящее время обеспечивает фирме достаточно большую прибыль для того, чтобы удерживать на рынке свои конкурентные позиции.

Задание: Определите к какому типу стратегических хозяйственных единиц относится данное направление (в соответствии с матрицей БКГ). Дайте характеристику потока де-нежной наличности в бизнес-области.

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

Примерные темы рефератов

1. Взаимоотношение стратегического менеджмента и теории предприятия.
2. Глобализация мировой экономики, основные преимущества и недостатки.
3. Когнитивные аспекты корпоративного управления.
4. Современное состояние стратегического менеджмента.
5. Управление путем ранжирования стратегических задач и посредством выбора стратеги-ческих позиций.
6. Эволюция управленческих систем.
7. Предсказуемость будущего, уровень нестабильности, стратегическое видение