

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра менеджмента и социокультурных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Уровень высшего образования – магистратура
Направление подготовки – 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Программа подготовки – Визуальные коммуникации
Форма обучения – очная
Год набора 2024 года

Луганск, 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа подготовки «Визуальные коммуникации», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528.

Программу разработал Н.В. Журавлева, старший преподаватель кафедры менеджмента и социокультурных технологий

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента и социокультурных технологий Академии Матусовского.

Протокол № 1 от 30.08.2024 г.

Заведующий кафедрой

Аронова В.В.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Современный стратегический анализ» входит в часть дисциплин по выбору ОПОП и ФГОС ВО (уровень магистратура) и адресована студентам 2 курса (3 семестр) направления подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» программа подготовки «Визуальные коммуникации».

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных технологий.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам: «Социально-культурное проектирование», «Инновационная реклама в социокультурной сфере», «Семиотика в рекламе и связях с общественностью».

Содержание дисциплины «Современный стратегический анализ» призвано способствовать формированию рефлексивных установок в отношении теоретических основ, практических подходов в стратегическом планировании и анализе социально-культурных и рекламных проектов.

Основная цель дисциплины: показать единство теории и практики при изучении курса; связь с другими дисциплинами; изучать сущность и содержание стратегии, эволюцию задач и системных решений в управлении организацией, вызвавших необходимость появления стратегического менеджмента, проводить ситуационный анализ систем управления, определять роль и место стратегического управления фирмой и его составной части – стратегического планирования, определять роль миссии и целей организации и дать рекомендации по их разработке, рассмотреть методику анализа внешней среды организации и методику управленческого анализа ее сильных и слабых сторон, на основе анализа эталонных и функциональных стратегий проводить оценку альтернатив развития и выбирать общую стратегию фирмы, управлять реализацией стратегии, которая заключается в качественном его планировании и руководстве исполнением с учетом проблем стратегических изменений.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т.п.);

письменная (письменный опрос, выполнение практических заданий и т. д.).

И итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 14 часов, практические занятия – 16 часов, самостоятельная работа – 78 часов.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины: формирование и развитие теоретических знаний и практических навыков использования методологии стратегического анализа для принятия стратегических решений, обеспечивающих эффективность и конкурентоспособность организации.

Задачи изучения дисциплины:

– расширение системы теоретических и практических знаний о стратегическом анализе как органичной части стратегического менеджмента, концепциях, методологии и основных направлениях и тенденциях развития этой науки;

- усвоение понятийного аппарата, функций, задач, объектов, моделей и методов стратегического анализа;
- развитие знаний, навыков и умений в сфере анализа внешней среды, эффективности действующей стратегии, определения сильных и слабых сторон в организации, выявления ее возможностей и конкурентных преимуществ;
- создание базы для определения миссии и целей организации, выработки стратегии ее поведения и достижения оптимального взаимодействия с внешней средой.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современный стратегический анализ» входит в часть дисциплин по выбору ОПОП и ФГОС ВО (уровень магистратура) и адресована студентам 2 курса (3 семестр) направления подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» программа подготовки «Визуальные коммуникации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Социально-культурное проектирование», «Инновационная реклама в социокультурной сфере», «Семиотика в рекламе и связях с общественностью».

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью: ПК-3.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-3	Способен создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу	<p>Знать: теоретические основы и методологию стратегического анализа; основные понятия, модели и методы количественного и качественного анализа внутренней и внешней среды организации.</p> <p>Уметь: применять методы современного стратегического анализа для проведения исследований в социально-культурной сфере; использовать результаты анализа для разработки корпоративной стратегии и в управлении деятельностью, направленной на обеспечение конкурентоспособности.</p> <p>Владеть: основными видами анализа, обеспечивающими стратегическое управление; технологией разработки и реализации стратегических планов.</p>

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов				
	дневная форма				
	всего	в том числе			
л		п	с.р.	конт	
1	2	3	4	7	-
Тема 1. Концепция современного стратегического менеджмента	28	4	4	20	-
Тема 2. Механизм формирования стратегии управления организацией	28	4	4	20	-
Тема 3. Стратегия как инструмент конкурентоспособного управления	26	2	4	20	-
Тема 4. Реализация стратегии	26	4	4	18	-
Всего часов	108	14	16	78	-

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Концепция современного стратегического менеджмента

Ключевые понятия: стратегия организации, долгосрочные, среднесрочные планы, покупатель, рынок, атмосфера деятельности, конкуренты, правительство, стратегический выбор, реализация стратегии.

Значение стратегии. Изменения в конкурентной среде. Разработка стратегии. Стратегическое мышление. Оперативное и стратегическое управление. Стратегический менеджмент как инструмент и как парадигма. Стратегия предприятия как образ действий;

Литература: [4, 11, 12]

Тема 2. Механизм формирования стратегии управления организацией

Ключевые понятия: видение, миссия, цели, задачи.

Видение — это «наглядное описание видимого будущего». Миссия – основная общая цель организации, четко выраженная причина ее существования. Цели организации. Процесс формирования стратегического результата. Сбалансированная система показателей. Модель SMART. Заинтересованные стороны организации. Цепочка программно-целевых состояний.

Литература: [1, 10, 12, 4, 1]

Тема 3. Стратегия как инструмент конкурентоспособного управления

Ключевые понятия: внешняя среда, организационное окружение, конкуренция, политические, экономические, культурные и технологические факторы влияния, компоненты макроокружения, отраслевой анализ, анализ факторов микросреды и анализ ключевых внешних стейкхолдеров, ключевые факторы успеха.

Конкуренция на основе способностей. Цели внутреннего анализа компании. Ресурсы, компетенции и ключевые компетенции. Ресурсный анализ. Ценностная цепочка. Сравнительный анализ (SNW-анализ). Стратегический анализ внешней среды, STEEP-анализ. Анализ рабочей среды (конкурентного окружения). Модель Майкла Портера «модель пяти сил конкуренции». Методика SWOT-анализа. Выбор стратегии. Стратегическая зона хозяйствования. Эталонные стратегии. Уровни разработки стратегии. Матрица BCG.

Литература: [1, 10, 11]

Тема 4. Реализация стратегии

Ключевые понятия: стратегические изменения, сопротивление, построение дерева целей, организационная структура, организационная культура.

Управление стратегическими изменениями: анализ сил. Типы стратегических изменений. Дерево целей. Система реализации стратегии. Функциональные стратегии как механизм обеспечения реализации стратегии. Функциональная стратегия обеспечения информационной безопасности. Функциональная логистическая стратегия. Основные объекты стратегических изменений: организационная структура. Основные объекты стратегических изменений: организационная культура.

Литература: [1, 3, 8]

6.2 Темы и задания для подготовки к практическим занятиям

Тема 1. Концепция современного стратегического менеджмента

1. *Стратегический выбор: задачи, механизмы, ограничения; Компоненты стратегического анализа.*
2. *Базовый постулат теории стратегического менеджмента.*
3. *Подходы к разработке стратегии.*
4. *Стратегическое планирование (отличия от долгосрочного).*
- 5.

Термины: Цели, задачи, микросреда, макросреда, долгосрочные, среднесрочные планы, покупатель, рынок, атмосфера деятельности, конкуренты, правительство, стратегический выбор, реализация стратегии.

Выполнить:

1. Выберите предприятие (организацию) для дальнейшего анализа. Опишите выбранное предприятие: направления деятельности, продукцию, клиентов, ситуацию на рынке, конкурентов, внутренние проблемы.
2. Рассмотрите и опишите важный стратегический выбор, который пришлось совершить выбранной вами организации. Какие стратегические вопросы или требования лежат в основе этого выбора? С какими вопросами из перечисленных в разделе связан данный выбор?
3. Какие из факторов внешней среды оказывают наибольшее влияние на ваше предприятие (описать не менее четырех) и каким образом?

Литература: [4, 11, 12]

Тема 2. Механизм формирования стратегии управления организацией

1. *Совокупность ориентиров стратегического менеджмента.*
2. *Цели и задачи организации.*
3. *Уровни целей организации;*
4. *Дерево целей: шаги формирования.*
5. *Финансовые цели; методика SMART.*
6. *Заинтересованные стороны.*

Термины: видение; параметр видения; характеристики видения; миссия организации; составляющие миссии; заинтересованные стороны организации, методика SMART, дерево целей.

Выполнить:

1. Сформулируйте видение для вашей компании.
2. Сформулируйте миссию предприятия. Оцените ее соответствие параметрам (если миссия существует, необходимо только оценить ее соответствие основным параметрам).
3. Определить заинтересованные стороны и описать их интересы.
4. Сформулировать цель предприятия в соответствии с методом SMART.
5. Провести декомпозицию целей выбранной вами организации уровням управления (декомпонировать).

Литература: [1, 10, 12, 4, 1]

Тема 3. Стратегия как инструмент конкурентоспособного управления

1. *Внутренний анализ.*
2. *Ресурсный анализ.*
3. *Характеристики эталонных стратегий.*
4. *Цепочка ценностей.*

Термины: внешняя среда, организационное окружение, внутренний анализ; ресурсный анализ, цепочка ценностей, STEEP-анализ, SWOT-анализ.

Выполнить:

1. Провести ресурсный анализ с выявлением ключевых компетенций предприятия.
2. Сформировать цепочку ценностей предприятия с учетом видов деятельности и их влияния.
3. Смоделировать ситуацию, в которой требуется сокращение цепочки ценностей.
4. Провести STEEP-анализ предприятия. Четко описать влияние каждого фактора. Определить наиболее влияющие на предприятие параметры внешней среды.
5. Провести SWOT-анализ предприятия. Сформировать на основе анализа стратегические альтернативы развития.

Литература: [1, 10, 11].

Тема 4. Реализация стратегии

1. *Типы стратегических изменений.*
2. *Система реализации стратегии.*
3. *Структура плана стратегических изменений.*
4. *Реализация стратегии как регулярный процесс.*

Термины: стратегические изменения, сопротивление изменениям, реализация стратегии, организационная парадигма, организационная культура.

Выполнить:

1. Нарисуйте схему продвигающих и препятствующих сил для конкретного организационного изменения, имеющего стратегический характер.
2. Используя полученные знания, сформируйте план реализации выбранной стратегии с учетом целей, механизмов, ответственных, оценки достигнутых результатов, роли организационной культуры предприятия. Сделайте прогноз о сопротивлении изменениям и предложите пути его преодоления.

Литература: [1, 3, 8].

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Современный стратегический анализ» является работа над темами

для самостоятельного изучения и подготовка докладов к практическим занятиям, а также написание курсовой работы.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к дифференцированному зачету и защите курсовой работы.

7.1. Темы и задания для самостоятельных занятий

Тема 1. Концепция современного стратегического менеджмента

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 2. Механизм формирования стратегии управления организацией

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 3. Стратегия как инструмент конкурентоспособного управления

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 4. Реализация стратегии

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1 Комплект тестовых заданий

для опроса в ходе проведения промежуточной аттестации

1. Стратегический контроль включает:

- 1) определение параметров, подлежащих оценке
- 2) управление реализацией стратегии
- 3) сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- 4) выявление причин отклонений от намеченного результата и путей их устранения
- 5) детализацию целей и задач, поставленных в стратегических планах
- 6) определение последовательности достижения стратегических целей с учетом рыночной конъюнктуры

2. Реализация стратегии предусматривает:

- 1) выделение средств на реализацию стратегии

- 2) разработку видения и миссии предприятия
- 3) стимулирование выполнения стратегического замысла
- 4) периодическую отчетность о выполнении стратегии
- 5) формулирование стратегических целей предприятия
- 6) выделение стратегических зон хозяйствования

3. Имеют установленную стоимость, график выполнения, включают технические и финансовые параметры:

- 1) планы
- 2) программы
- 3) цели
- 4) проекты

4. Критерии качества поставленных целей отражает:

- 1) SWOT-анализ
- 2) PEST-анализ
- 3) SMART-принцип
- 4) метод ESFAS

5. Исходной точкой планирования являются:

- 1) цели
- 2) задачи
- 3) планы
- 4) программы

6. Внедрение стратегического маркетинга предполагает:

- 1) анализ потребностей рынка и сегментирование
- 2) оценку привлекательности рынка
- 3) выбор целевого рынка
- 4) составление бюджета маркетинга
- 5) расчет цен и скидок

7. Средствами защиты конкурентных преимуществ могут быть:

- 1) доступ к источникам сырья
- 2) монополия
- 3) патенты, секретность
- 4) установление цены
- 5) потребности персонала
- 6) разделение труда

8. В модель анализа конкуренции Портера не входят:

- 1) покупатели
- 2) поставщики
- 3) товары-субституты
- 4) товары-комплименты

9. К экономическим факторам STEP-анализа относят:

- 1) законодательство в сфере деятельности организации
- 2) тенденции валового национального продукта
- 3) темпы инфляции или дефляции
- 4) налоговую политику государства
- 5) социальную мобильность населения

10. В понятие внутренней среды организации включают:

- 1) конкурентов
- 2) поставщиков
- 3) финансы
- 4) территория
- 5) маркетинг

11. Критерии качества поставленных целей отражает:

- 1) SWOT-анализ
- 2) PEST-анализ
- 3) SMART-принцип
- 4) метод ESFAS

12. Внедрение стратегического маркетинга предполагает:

- 1) анализ потребностей рынка и сегментирование
- 2) оценку привлекательности рынка
- 3) выбор целевого рынка
- 4) составление бюджета маркетинга
- 5) расчет цен и скидок

13. Средствами защиты конкурентных преимуществ могут быть:

- 1) доступ к источникам сырья
- 2) монополия
- 3) патенты, секретность
- 4) установление цены
- 5) потребности персонала
- 6) разделение труда

14. методам реагирования на изменение внешней среды НЕ относится:

- 1) стратегическое управление
- 2) определение ключевых факторов успеха
- 3) реактивный стиль управления
- 4) диверсификация производства и капитала

15. Дисконтирование – это:

- 1) метод приведения будущих затрат к расчетному или текущему периоду с учетом ставки дисконта.
- 2) расширение сфер деятельности выпускаемой продукции.
- 3) подход, заключающийся в регламентации функции, прав, обязанностей и т.д.
- 4) метод анализа, разложение на составные части сложных задач, процедур и т.д.

16. Установите правильно соответствие между принципом стратегического менеджмента и его содержанием:

1	Единство направления	1	Организация, действующая в динамичных условиях внешней среды, должна обладать единством целей, интересов и принципов управления
2	Выделение доминанты развития	2	Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения её целей. Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач
3	Рациональность	3	Разработка и реализация стратегии организации строится исходя из имеющихся ресурсов и нацелена на превышение результатов над затратами в определенном плановом периоде
4	Научность	4	Определение перспективы, которая открывается перед организацией с точки зрения роста, нормы прибыли, стабильности и технологии; выделение на этой основе стратегических зон хозяйствования и стратегических хозяйственных центров
5	Экономичность эффективность	и 5	Нацелено на выполнение работы, большей по объёму и лучшей по качеству, при одних и тех же условиях
6	Разделение труда		

17. Установите правильно соответствие между подсистемой организации СКС и её ключевой целью:

1	Финансы	1	Определить критические области управленческого воздействия и приоритетные задачи, обеспечивающие получение запланированных результатов
2	Персонал	2	Сохранять и поддерживать на необходимом уровне все виды финансовых ресурсов
3	Инновации	3	Обеспечить условия, необходимые для развития творческого потенциала работников в повышении уровня удовлетворенности в заинтересованности в работе
4	Маркетинг	4	Завоевать лидерские позиции по вводу новых видов продукции (услуг), используя на исследования и разработки определенный процент доходов от объема реализации (продаж)
5	Производство		

18. Установите правильно соответствие между видом стратегии в модели БКГ и её содержанием:

1	«Собаки»	1	Либо идти на увеличение доли бизнеса на рынке, либо довольствоваться тем, что достигнуто, либо сокращать данный бизнес
2	«Дойные коровы»	2	Стараться сохранять или увеличивать долю своего бизнеса на рынке
3	«Трудные дети»	3	Довольствоваться своим положением, либо сокращать его, либо ликвидировать данный вид бизнеса в своей организации
4	«Черепахи»	4	Стараться сохранить или увеличить долю своего бизнеса на рынке
5	«Звезды»		

19. Установите правильно соответствие между методом анализа и его содержанием:

1	STEP – анализ	1	анализ внутренней и внешней среды
2	SWOT – анализ	2	анализ внешней среды
3	управленческий анализ	3	анализ внешних стратегических факторов
4	ESFAS – анализ	4	анализ внутренней среды
5	GAP - анализ		

20. Установите правильно соответствие между каждой из сторон менеджмента и её содержанием:

1	элементная	1	управление рассматривается как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определённых результатов
2	функциональная	2	в её рамках управление рассматривается как действия по выявлению и разрешению проблем, т.е. процесс подготовки и принятия решений
3	процессная	3	управление рассматривается как деятельность по организации взаимосвязей определённых структурных элементов
4	системная	4	

8.2 Вопросы к зачету

1. Современный стратегический анализ: цели, задачи и особенности.
2. Требования, предъявляемые к стратегическому анализу
3. Объекты стратегического анализа
4. Сущность и использование системного подхода в современном стратегическом анализе
5. Сущность и использование ситуационного подхода в современном стратегическом анализе
6. Особенности и основные направления отраслевого анализа
7. Оценка пяти сил конкуренции по М.Портеру
8. Оценка конкурентных позиций и возможных действий соперничающих компаний
9. Особенности применения кластерного анализа
10. Современные методы анализа факторов внешней среды
11. Анализ неопределенности организационной среды
12. Значение и особенности анализа мезосреды
13. Методика оценки движущих сил конкуренции
14. Методика оценки ключевых факторов успеха
15. Цели, задачи и особенности современного стратегического анализа внутренней среды
16. Анализ конкурентной позиции организации
17. Анализ сбалансированности товарного портфеля
18. Анализ цепочки создания ценности
19. Применение бенчмаркинга в современном стратегическом анализе
20. Анализ эффективности организации бизнес-процессов
21. Оценка действующей стратегии организации: критерии и подходы
22. Организация обеспечения процесса стратегического анализа в российских организациях.
23. Оценка эффективности работ по проведению стратегического анализа.
24. Оценка привлекательности стратегической зоны хозяйствования.
25. Оценка изменений в прогнозируемом росте стратегических зон хозяйствования.
26. Оценка потенциала фирмы при определении конкурентного статуса.
27. Оценка уровня стратегических капиталовложений.
28. Определение будущей эффективности действующей стратегии.
29. Оценка конкурентного статуса фирмы.
30. Оценка стратегической гибкости.

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

При изучении дисциплины «Современный стратегический анализ» применяются различные интерактивные и компьютерные методы обучения. Интерактивные технологии обучения включают лекции (научные, социальные, интегративные и др.) и практические занятия (диспуты, учебные дискуссии, технологии проектного обучения и др.). Компьютерные технологии обучения предполагают сбор, переработку, хранение и передачу информации от преподавателя к студенту и наоборот. Использование интерактивных методов обучения является одним из самых эффективных, результативных методов оптимального усвоения нового и закрепления пройденного материала. Интерактивные методы можно рассматривать как наиболее современную форму активных методов обучения. Суть активных методов обучения, направленных на формирование умений и навыков, состоит в том, чтобы обеспечить выполнение студентами тех задач, в процессе решения которых они самостоятельно овладевают умениями и навыками, развивая

творческие и коммуникативные способности личности, формируя личностный подход к возникающей проблеме.

В процессе обучения используются следующие активные методы:

- работа в малых группах (обсуждение практических ситуаций);
- использование принципа диалогового общения (метод дебатов);
- метод проектов (обсуждение существующих теоретических и практических проблем освоения дисциплины, разбор реальных практических проектов и оценка их эффективности).

В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

Практические занятия проводятся с помощью обучающих тренингов, решения кейсов, применения тестовых технологий, решения творчески прикладных ситуаций, проведения современных мультимедийных презентаций.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

10.1. Критерии оценивания знаний студентов на зачете

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент на протяжении периода обучения показал знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, при этом мог допустить незначительные погрешности в ответе. Студент посещал лекционные и практические занятия, активно участвовал в обсуждении вопросов, рассматриваемых на занятиях, инициативно выступал с докладами, продемонстрировал свободное владение основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует необходимые практические умения и навыки. В случае пропусков занятий или неудовлетворительных оценок, отработал положенную трудоемкость и усвоил пропущенный материал.
не зачтено	Студент при ответе на заданные вопросы не способен показать знания основных вопросов дисциплины, он не владеет основными категориями и понятиями дисциплины, а также практическими умениями и навыками.
Тестовое задание	
отлично (5)	Студент ответил на 85-100% вопросов.
хорошо (4)	Студент ответил на 55-84% вопросов.
удовлетворительно (3)	Студент ответил на 30-54% вопросов.
неудовлетворительно (2)	Студент ответил на 0-29% вопросов.
удовлетворительно (3)	Студент ответил на 30-54% вопросов.
неудовлетворительно (2)	Студент ответил на 0-29% вопросов.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Альтшулер И. Г. Стратегия и маркетинг. Две стороны одной медали, или Просто о сложном. — М. : Дело, 2010. — 288 с.](#)
2. [Ансофф И. Стратегическое управление : учеб. пособие. — \[б. м.\] : \[б. и.\]. — 358 с.](#)
3. [Бородушко И. В., Васильева Э. К. Стратегическое планирование и контроллинг. — \[б. м.\] : \[б. и.\]. — 111 с.](#)
4. [Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Гардарика, 1998. — 296 с.](#)
5. [Ильяева И. А. Стратегическое управление библиотекой : учебно-методическое пособие / И.А. Ильяева, В.Н. Маркова. — М. : КНОРУС, 2008. — 184 с.](#)
6. [Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : учеб. пособ. / под ред. Е. Н. Киселевой, О. Г. Будановой. — СПб : Наука, 1996. — 589 с.](#)
7. [Портер М. Конкурентная стратегия : методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер. — 3-е изд. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 453 с.](#)
8. [Портер М. Конкуренция / М. Портер. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. — 608 с.](#)
9. Сазыкина О.А. Современный стратегический анализ: методы и технологии: учеб. пособие / О.А. Сазыкина. – Пенза: ПГУАС, 2013. –152 с
10. Сафиуллин М.Р., Зайнуллина М.Р. Современный стратегический анализ. Конспект лекций. / М.Р. Сафиуллин, М.Р. Зайнуллина; Каз.федер.ун-т. - Казань, 2013: - 109 с.
11. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Е. Ю. Кузнецова [и др.] ; под общей ред. проф., д-ра экон. наук Е. Ю. Кузнецова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 131,[1] с.
12. [Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон. — М. : ЮНИТИ, 1998. — 576 с.](#)

Дополнительная литература

1. Гапоненко А.А., Панкрухин А.П. Стратегическое управление [текст]: учебник. 4-е изд, стер, – М.: Издательство: Омега-Л, 2010 - 464 с.
2. Долгов А.И., Прокопенко Е.А. Стратегический менеджмент [текст]: учебное пособие. Серия: Экономика и управление. – М.: Издательство: Флинта, 2010. -280 с.
3. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент [текст]: учебник для ВУЗов. – М.: издательство: Магистр, 2008. -526 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент [текст]: учебник. –М.: Издательство: Дело, 2008. - 448 с.
5. Алавердов А.Р. Стратегический менеджмент в коммерческом банке [текст]: учебник. – М.: Издательство: Маркет ДС, 2009. -576 с.
6. Аналоуи Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий [текст]: зарубежный учебник. – М.: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 205. -396 с.
7. Ветлужских Е. Стратегическая карта, системный подход и КРІ [текст]: – М.: Издательство: Альпина Бизнес Букс, 2008. 204 с.
8. Глумаков В.Н., Максимцов М.М., Малышев Н.И. Стратегический менеджмент [текст]: практикум. – М.: Издательство: Вузовский учебник, 2008. -187 с.
9. Грушенко В. И. Стратегии управления бизнесом. От теории к практической разработке и реализации [текст]: монография – М.: Издательство: Юнити, 2010. -295 с.

10. Джексон Т. Книга Хосин Канри: как заставить стратегию работать [текст]: практическое пособие Пер. с англ. – М.: Издательство: Институт комплексных стратегических исследований, 2008. -248 с.
11. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент [текст]: учебник. – М.: Издательство: Экномистъ, 2007. 416 с.
12. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию [текст]: пер. с англ. – М.: Издательство: Олимп-Бизнес, 2008. с.
13. Круглова Н.Ю., Круглов М.И. Стратегический менеджмент [текст]: учебник. – М.: Издательство: Высшее образование, 2008. -492 с.
14. Кузнецова С.А., Маркова В.Д. Стратегический менеджмент [текст]: курс лекций – М.: Издательство: Инфра-М, 2007. -288 с.
15. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент [текст]: учебное пособие. – М.: Издательство: Эксмо, 2010 -432 с.
16. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент [текст]: учебник. – М.: Издательство: Проспект, 2009. -224 с.
17. Парахина В.Н. Стратегический менеджмент [текст]: учебник. – М.: изд-во: КноРус,
18. Стратегический менеджмент [текст]: учебник. /Под ред. А.Н.Петрова.– СПб.: Издательство: Питер, 2005. - 495 с
19. Хангер Дж.Д., Уилен Т.Л. Основы стратегического менеджмента [текст]: учебник – М.: Издательство: Юнити, 2008. -319 с.
20. Чернышев М.А Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления [текст]: серия: Высшее образование – М.: Издательство: Феникс, 2009. с.
21. Шигаев А.И. Контроллинг стратегии развития предприятия [текст]: учебное пособие для студентов ВУЗов. – М.: Издательство: Юнити, 2008. -351 с.
22. Шкардун В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика. 3-е изд. – М.: Издательство: Дело АНХ, 2008. – 384 с.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций студенческих работ.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.