

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.35 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки
«Производственный менеджмент»

Уровень подготовки
Прикладной бакалавриат

Квалификация выпускника –бакалавр

Форма обучения – очно-заочная

Рязань 2025

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКОГО ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие – это занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории, направленное на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы, которое формирует практические умения (высказывания своих мыслей, ведения дискуссии, сбора и анализу данных, их интерпретации, вычислений, расчетов, использования таблиц, справочников и др.).

Практическое занятие проходит под руководством преподавателя и предполагает активное участие и взаимодействие студентов. Такой тип занятий необходим, чтобы углублять теоретические знания учащихся, переводить их в практические умения и навыки. А также подготавливать студентов к следующему блоку информации.

Формы проведения практического занятия разнообразны – групповые семинарские занятия, учебные дискуссии, круглые столы, решение проблемных кейсов, деловые игры, исследовательские практикумы, решение контрольных работ и другие.

Семинар – один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма занятий позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога. Семинар предназначен для углубленного изучения предмета, овладение методологией, применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. на семинарах студенты закрепляют знания, полученные на лекциях или из книг, в процессе их пересказа или обсуждения. Подготовка к занятиям по первоисточникам (а не только учебникам), выступление с сообщениями расширяют знания студентов по курсу.

Целью семинара является:

- углубление, систематизация и закрепление знаний, превращение их в убеждения;
- проверка знаний;
- привитие умений и навыков самостоятельной работы с книгой;
- развитие культуры речи, формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечая на вопросы слушателей;
- умение слушать других, задавать вопросы.

На семинарском занятии активизируется интеллектуальная и мыслительная деятельность студентов.

Темы семинаров указываются в планах проведения практических занятий.

Дискуссия - Обсуждение спорного вопроса, проблемы; разновидность спора, направленного на достижение истины и использующего только корректные приёмы ведения спора. Важной характеристикой дискуссии, отличающей её от других видов спора, является аргументированность.

Круглый стол – современная форма публичного обсуждения или освещения каких-либо вопросов, когда участники, имеющие равные права, высказываются по очереди или в определенном порядке.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ КОНТРОЛЬНОГО ТЕСТИРОВАНИЯ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ

Для проведения текущей аттестации, позволяющей провести проверку освоения компетенций при изучении тем дисциплины, предусмотрены контрольные вопросы в тестовой форме.

а) типовые тестовые вопросы:

1. Стратегический менеджмент – это:
 - а) процесс принятия решений;
 - в) наука об управлении сложными объектами;
 - с) наука и технология стратегического управления;**
 - д) искусство.

2. Стратегический менеджмент содержит следующие функции:
- а) планирование, организация, руководство и контроль;
 - в) прогнозирование, планирование, организация, координацию, учет, контроль, анализ и мотивацию;**
 - с) социальное планирование, координация, контроль и мотивацию.
3. Основными элементами цикла стратегического менеджмента являются:
- а) структура организации;
 - в) выбор и обоснование миссии;**
 - с) анализ результатов и выполнение решений.**
4. Цели организации должны:
- а) задавать общие направления функционирования организации;
 - в) четко и конкретно фиксировать конечное состояние;
 - в) иметь конкретные сроки выполнения;
 - д) определять ответственных за достижение определенных целей.**
5. Миссия организации – это:
- а) основная характеристика продукции бизнеса;
 - в) качественно выраженная совокупность основных целей и предпринимательских намерений;**
 - с) концепция смысла существования организации.
6. Философия организации – это:
- а) основные принципы и смысл предпринимательской деятельности организации;**
 - в) качественные цели организации;
 - с) то же, что и миссия.
7. Стратегии организации нацелены в основном на:
- а) поведение на рынке;
 - в) внутреннее совершенствование;
 - с) организационно – функциональное развитие в сочетании с продуктово - рыночным.**
8. Стратегический менеджмент относится только к:
- а) высшему руководству организации;
 - в) уровням стратегических зон хозяйствования;
 - с) всем уровням руководства (менеджмента) организации.**
9. Что является результатом системы стратегического планирования?
- а) определение миссии, целей, выбор стратегий, распределений ресурсов для будущих программ;**
 - б) определение планов маркетинга, производства, бизнес-план;
 - в) определение финансового плана, стратегий сбыта;
 - г) определение финансового плана и плана закупок
10. Ключевая роль в проведении стратегических изменений и мобилизации потенциала организации принадлежит:
- а) руководству организации;**
 - б) непосредственным исполнителям;
 - в) руководителям среднего звена и непосредственным исполнителям;
 - г) научным и инженерно-техническим сотрудникам;
 - д) в равной степени всем работникам организации
11. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что:
- а) окружение не будет изменяться;
 - б) в окружении не будет происходить качественных изменений;
 - в) в окружении постоянно будут происходить изменения**
12. Что такое проблемное окружение?
- а) это такая внешняя среда, которая создает проблемы;
 - б) это образное обозначение внешней среды организации;
 - в) так называют конкурентов организации;
 - г) смысл этого термина подчеркнуть необходимость отношения к внешнему окружению как к источнику проблем;
 - д) это упорядоченный перечень основных проблем, связанных с внешними источниками.**
13. Стратегическая зона хозяйствования это:

- а) зона наибольшего хозяйственного риска;
- б) перспективный сегмент рынка;
- в) сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход;**
- г) свободная экономическая зона.

14. Конкурентная среда организации определяется:

- а) только внутриотраслевыми конкурентами;
- б) внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию;**
- в) фирмами, производящими замещающий продукт;
- г) только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом

15. Выберите из перечня ответов те, которые характеризуют стратегическое решение:

- а) стратегические решения характеризуются как среднесрочные;
- б) стратегическое решение разрабатывается для всего предприятия;**
- в) информация, для принятия стратегического решения базируется на информации, полученной в условиях неопределенности и риска;**
- д) стратегические решения характеризуются как долгосрочные;**
- е) информация, для принятия стратегического решения используют только оперативную информацию.

16. Процесс принятия и осуществления стратегических решений, основанном на стратегическом выборе и на сопоставлении собственного ресурсного потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения, в котором оно действует – это:

- а) стратегический анализ деятельности организации;
- б) стратегия диверсификации предприятия;
- в) стратегическое управление организацией.**

17. Матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) используется для разработки стратегии фирмы на основе сопоставления _____ и ...

- а) темпа роста отраслевого рынка**
- б) относительной доли позиции фирмы на рынке**
- в) темпов роста фирмы
- г) привлекательности товара фирмы

18. Для чего может использоваться модель Бостонской консультативной группы?

- а) Для формирования конкурентной стратегии фирмы
- б) Для формирования портфельной стратегии фирмы**
- в) Для формирования бизнес-стратегии фирмы

19. В соответствии с результатами относительной экономии от объемов производства матрица БКГ строится на следующих предпосылках ...

- а) чем больше товара на рынке (чем больше объем производства), тем ниже издержки на единицу продукции**
- б) чем меньше товара на рынке, тем выше объем финансовых ресурсов
- в) чем больше товара на рынке (чем больше объем производства), тем выше прибыль**
- г) чем меньше товара на рынке, тем выше заемные средства

20. Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», 5 «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике:

«Довольствоваться своим положением, либо сокращать его, либо ликвидировать данный вид бизнеса в своей организации». Варианты ответа:

- а) «Собаки»**
- б) «Дойные коровы»
- в) «Трудные дети»
- г) «Звезды»

21. Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите, какая стратегия соответствует данной характеристике:

«Стараться сохранять или увеличивать долю своего бизнеса на рынке». Варианты ответа:

- а) «Собаки»
- б) «Дойные коровы»**
- в) «Трудные дети»
- г) «Звезды»

22. Если бизнес обладает относительно незначительными конкурентными преимуществами организации, вовлеченной в весьма привлекательный и перспективный с точки зрения состояния рынка бизнес, то этот бизнес относится по матрице GE/McKinsey к: Варианты ответа:
- а) пограничным
 - б) сомнительным**
 - в) проигравшим
 - г) победившим
23. Соотнесите позиции матрицы МакКинсей и матрицы БКГ.
Матрица МакКинсей: Матрица БКГ
- 1) Победитель А) Звезда
 - 2) Производитель прибыли Б) Дикая кошка
 - 3) Проигравший В) Дойная корова
 - 4) Знак вопроса Г) Изгоняемая собака
24. Что является главной целью стратегического анализа внешней среды организации?
- а) информация, которую надо учитывать при формулировании миссии организации;**
 - б) информация об угрозах, которую надо учитывать при разработке конкретной стратегии организации;
 - в) изучение специфики товара конкурента
25. Стратегический анализ включает в себя анализ ... среды организации:
- а) внешней и внутренней**
 - б) внешней
 - в) внутренней
26. Наиболее значимой при стратегическом анализе внешней среды организации является информация ...
- а) об угрозах**
 - б) о конкурентах**
 - в) необходимая при разработке миссии организации
 - г) о факторах, которые целесообразно учитывать при разработке корпоративной стратегии организации
27. Неверно, что ... относится к методам стратегического анализа:
- а) анализ пяти конкурентных сил Портера**
 - б) PEST-анализ
 - в) SWOT-анализ
 - г) анализ платежеспособности**
28. Анализ внешней среды относится к такому виду стратегического анализа, как ...
- а) портфельный анализ
 - б) SWOT-анализ**
 - в) анализ стратегических альтернатив
 - г) PEST-анализ**
29. При проведении SWOT-анализа к потенциально сильным сторонам предприятия можно отнести:
- а) устаревшие производственные мощности
 - б) надежную репутацию в глазах потребителя**
 - в) наличие технологий, защищенных правом собственности**
 - г) недостаток финансовых ресурсов для реализации стратегии
30. SWOT-анализ включает ...
- а) анализ возможностей организации и вероятных угроз
 - б) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами
 - в) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков
 - г) все отмеченное выше**
31. Что подразумевает PEST-анализ?
- а) Анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, способных повлиять на деятельность фирмы**
 - б) Группировку всех факторов внутренней среды и изучение каждой из них в контексте влияния на развитие фирмы
 - в) Изучение наиболее сильных конкурентов фирмы
32. Различия STEP и SWOT анализов:

- а) SWOT анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации
- б) предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP-анализа только ее внешняя макросреда**
- в) SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP-анализ — ее возможностей и внешних угроз.

б) описание шкалы оценивания

Для тестирования на занятиях предусмотрено тестирование по 32 вопросам.

За каждый ответ максимально начисляется 1 балл:

- 1 балл — ответ полностью правильный
 0,5 балла — ответ неполный (частично правильный)
 0 баллов — ответ неправильный

Количество вопросов для тестирования на каждое занятие выбирает преподаватель, целесообразно 10 тестов.

При правильном ответе на 80% тестов и более ставится оценка «отлично».

При правильных ответах от 60% до 80% - оценка «хорошо».

При правильных ответах от 40% до 60% ставится оценка «удовлетворительно».

При неправильной интерпретации и обосновании ответа оценка может быть снижена.

В случае тестирования по всем темам и вопросам студент может максимально набрать 37 баллов. В этом оценка ставится в соответствии со следующей шкалой.

Шкала оценивания	критерии
30-37 балла	– студент демонстрирует высокий уровень знаний по темам дисциплины
20-29 баллов	– студент демонстрирует достаточный уровень знаний по темам дисциплины
10 – 19 баллов	– студент демонстрирует допустимый уровень знаний по темам дисциплины
0 – 9 баллов	– студент показал недостаточный уровень знаний по темам дисциплины

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА И ДОКЛАДА НА СТУДЕНЧЕСКУЮ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКУЮ КОНФЕРЕНЦИЮ

Научный доклад – это научная работа, где автор полноценного исследовательского проекта кратко излагает суть: проблема, действия и результат. Здесь важен акцент на практику, освещать теорию можно очень кратко и емко или вовсе опустить данный фрагмент научного изыскания.

Научный доклад желательно представить в письменной форме – в виде полноценного небольшого проекта. С помощью научного доклада автор должен показать три ключевых навыка: анализ информации и систематизация данных, грамотная интерпретация полученных результатов, а также готовность к аргументированным ответам на дополнительные вопросы.

Миссия научного доклада заключается в кратком и емком представлении проведенного исследования, отражении его сути и мастерства автора. Он необходим в определенных случаях: по требованию организаторов научно-исследовательского мероприятия (конференция, симпозиум и пр.), для защиты проекта на публике, для знакомства экзаменаторов с исследованием и пр.

Логика подготовки научного доклада. Приступать к формированию научного доклада целесообразно и возможно по мере проведения исследования, получения окончательных результатов и подведения итогов. Чаще всего создание этого документа начинается сразу же по мере формирования чернового или окончательного варианта научной работы, раньше подготовить текст для выступления не удастся.

В научном докладе особое место отводится практической части исследования. Теоретические аспекты доступны и известны всем, а вот результаты экспериментально-аналитической части могут быть уникальны и неординарны.

Реферат – краткая запись идей, содержащихся в одном или нескольких источниках, которая требует умения сопоставлять и анализировать различные точки зрения. Реферат – одна из форм интерпретации исходного текста или нескольких источников. Поэтому реферат, в отличие от конспекта, является новым, авторским текстом. Новизна в данном случае подразумевает новое изложение, систематизацию материала, особую авторскую позицию при сопоставлении различных точек зрения. Реферирование предполагает изложение какого-либо вопроса на основе классификации, обобщения, анализа и синтеза одного или нескольких источников.

Специфика реферата (по сравнению с курсовой работой):

- не содержит развернутых доказательств, сравнений, рассуждений, оценок,
- дает ответ на вопрос, что нового, существенного содержится в тексте.

Требования к структуре реферата:

- 1) титульный лист;
- 2) план работы с указанием страниц каждого вопроса, подвопроса (пункта);
- 3) введение;
- 4) текстовое изложение материала, разбитое на вопросы и подвопросы (пункты, подпункты) с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
- 5) заключение;
- 6) список использованной литературы;
- 7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть реферата).

Темы рефератов и докладов:

1. Анализ состояния организации в стратегическом менеджменте.
2. Определение сферы деятельности организации в стратегическом менеджменте.
3. Разработка миссии организации.
4. Установление стратегических целей организации.
5. Разработка стратегии организации на различных организационных уровнях.
6. Анализ соответствия стратегии организации ключевым факторам успеха в зависимости от специфики отрасли.
7. Создание конкурентного преимущества как основы стратегии компании.
8. Методы стратегического анализа диверсифицированных компаний.
9. Создание организации, способной успешно реализовать стратегию.
10. Приведение структуры организации в соответствие с ее стратегией.
11. Создание правил, политик и процедур для реализации стратегии.
12. Усовершенствование стратегии: внедрение общего менеджмента качества и реинжиниринг бизнес-процессов.
13. Создание поддерживающих стратегию информационных систем.
14. Стратегия и финансовые ресурсы организации: увязка бюджета со стратегией.
15. Создание корпоративной культуры, способствующей реализации стратегии.
16. Необходимость стратегического руководства в реализации стратегии.
17. Создание в организации системы мотивации, стимулирующей к реализации стратегии.
18. Сравнительный анализ реализации стратегии в различных компаниях.
19. Методы анализа производства и конкуренции
20. Атакующие стратегии и их роль в повышении конкурентного статуса фирмы.
21. Выработка ценовой стратегии фирмы.
22. Стратегия внешнеэкономической деятельности фирмы.
23. Стратегия снижения производственных издержек.
24. Привязка стратегии к этике
25. Использование стратегий защиты и сохранение конкурентного преимущества.
26. Стратегии вертикальной интеграции.
27. Стратегии конкурентной борьбы в растущих отраслях промышленности.

28. Стратегии конкурентной борьбы в период перехода к промышленной зрелости.
29. Стратегии для фирм, переживающих период промышленной зрелости или упадка.
30. Управленческие инновации в деятельности организации: стратегический аспект
31. Разработка программы организационного развития.
32. Разработка механизма устойчивого развития организации
33. Разработка инновационной стратегии организации
34. Разработка антикризисной программы управления организацией
35. Процесс реструктуризации организации: предпосылки, структура, условия эффективной реализации, последствия
36. Оценка и выбор стратегии развития организации
37. Коммуникации в системе стратегического управления организацией
38. Малый бизнес: стратегии развития
39. Разработка механизма устойчивого развития организации
40. Разработка программы организационного развития.
41. Разработка программы управления стратегическими изменениями.
42. Реорганизация деятельности: предпосылки, способы, условия эффективной реализации, последствия
43. Реорганизация как процесс стратегических изменений
44. Реструктуризация диверсификационного портфеля организации.
45. Система стратегического управления организацией: элементы, их взаимодействие и взаимосвязь.
46. Стратегические решения в деятельности организации.
47. Стратегический и антикризисный менеджмент: взаимосвязь и проблемы взаимодействия
48. Стратегический и корпоративный менеджмент: взаимосвязь и проблемы взаимодействия
49. Диверсификация деятельности организации: причины, способы, последствия, преимущества и недостатки.
50. Воздействие конкуренции на процесс стратегического управления организацией
51. Внедрение и реализация стратегического контроллинга в организации.

Критерии оценки рефератов:

<i>оценка</i>	<i>критерии</i>
отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил свой мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его. Точно определив проблему и содержание. Приведены данные из отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения. Информация нормативно-правового характера . Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приёмами анализа теоретических и/или практических аспектов и изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
хорошо	Выставляется обучающемуся если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
удовлетворительно	Выставляется обучающемуся если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование

	выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2-х ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трёх ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СОГЛАСОВАНО

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна, Заведующий
кафедрой ЭМОП

Простая подпись