

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства
(ПГУАС)

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методические указания для подготовки к зачету
по направлениям подготовки
38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом»

Пенза 2016

УДК 005
ББК 65.290-2
С83

Рекомендовано Редсоветом университета

Рецензент – кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Менеджмент»
Чемезов И.С. (ПГУАС)

С83 **Стратегический менеджмент: метод. указания для подготовки к зачету по направлениям подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом» / О.А. Сазыкина. – Пенза: ПГУАС, 2016. – 24 с.**

Раскрывают общие требования и рекомендации по подготовке к зачету по курсу «Стратегический менеджмент», содержат примерные тестовые задания и тематику эссе для подготовки к зачету, а также критерии оценивания подготовленности студента к зачету.

Методические указания подготовлены на кафедре «Менеджмент» и предназначены для использования студентами направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом» по дисциплине «Стратегический менеджмент».

© Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства, 2016
© Сазыкина О.А., 2016

ВВЕДЕНИЕ

Современные условия ведения бизнеса заставляют руководителей российских предприятий все больше внимания уделять изучению факторов внешней среды и разработке стратегических направлений развития предприятий. Опыт принятия эффективных стратегических решений сконцентрирован в курсе «Стратегический менеджмент», оценить владение которым позволит зачет и экзамен по дисциплине.

Методические указания по подготовке к зачету по дисциплине «Стратегический менеджмент» предназначены для студентов по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом».

Цель методических указаний: оказание помощи студентам в подготовке к зачету по дисциплине «Стратегический менеджмент».

Настоящие методические указания содержат работы, которые позволят оценить уровень сформированности следующих компетенций:

для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент»:

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений.

для студентов, обучающихся по направлению 38.03.03 «Управление персоналом»:

знанием и умением использовать нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-экономические проблемы и процессы в организации, находить организационно-управленческие и экономические решения, разрабатывать алгоритмы их реализации и готовностью нести ответственность за их результаты;

знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике;

владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике (ПК-16).

В результате выполнения самостоятельных работ по дисциплины «Стратегический менеджмент» студенты должны:

а) знать:

- основные теории стратегического менеджмента;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;
- классификацию стратегических решений;
- принципы и закономерности разработки стратегических решений;
- способы описания процесса стратегического управления;
- основные матричные модели принятия стратегических решений;
- способы реализации стратегии.

б) уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;
- идентифицировать и анализировать проблемную ситуацию стратегического управления;
- решать типовые математические задачи, используемые при принятии стратегических решений;
- использовать для принятия решения по координированию диверсифицированных бизнесов в проблемных ситуациях формализованный аппарат.

в) владеть:

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единиц;
- методами проведения анализа и координации бизнес-единиц портфеля;
- навыками реализации функциональных и продуктовых стратегий.

Учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом» предусмотрено изучение дисциплины «Стратегический менеджмент» в течение двух семестров – 6 и 7 семестры. Завершающим этапом изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» в шестом семестре является зачет, в седьмом семестре – экзамен.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТУ

Изучение дисциплины «Стратегический менеджмент» для студентов, обучающихся по направлениям подготовки: 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом», в шестом семестре завершается зачетом.

Зачет представляет собой итоговую форму аттестации, позволяющую определить уровень знаний, полученный обучающимися, в процессе изучения дисциплины.

Цель зачёта - проверка уровня сформированности компетенций, оценка уровня полученных студентом познаний по дисциплине «Стратегический менеджмент», а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, ориентироваться по всему пройденному курсу и отвечать на дополнительные вопросы.

Зачет принимается ведущим преподавателем, читающим курс лекций, на последнем практическом занятии.

Для успешной сдачи зачета студентам необходимо:

- начинать подготовку к зачёту с самого начала лекционного курса, посещая лекционные и практические занятия;
- активно работать на практических занятиях в семестре, что позволит более глубоко усвоить материал и закрепить его;
- отработать пропущенные занятия, включая выполнение контрольных работ предусмотренных в рамках данного курса;
- изучить лекционный материал, а также дополнительные источники (учебники, учебные пособия), предложенные для изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» в списке литературы;
- правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть качественно и на высоком уровне подготовиться к сдаче зачета;
- систематизировать полученные знания, что позволит более логично и грамотно ответить на основные и дополнительные вопросы.

Самостоятельная работа по подготовке к зачёту во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачёт и дней, отведенных на подготовку к зачёту.

Предлагается проводить зачет в двух формах:

- тестирование;
- написание эссе.

Для проведения зачета отводится 30 минут. В течение этого времени необходимо ответить на все вопросы теста (20 вопросов) и написать короткое эссе на одну из предлагаемых тем.

2. ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

Тестовые задания могут быть использованы при подготовке к зачету. Использование тестов при самоконтроле позволит студентам самостоятельно определить степень усвоения изучаемого материала и закрепить полученные знания.

Разработанные тесты охватывают вопросы, выносимые на зачет, что позволит студентам не только выборочно проверить их знания, но и уделить больше времени при подготовке к тем вопросам, на которые были даны неверные ответы.

Тест №1. «Стратегическое управление в системе менеджмента организации»

1. *Стратегический менеджмент - это:*

- А) процесс принятия решений;
- Б) наука об управлении сложными объектами;
- В) наука и технология стратегического управления;
- Г) искусство.

2. *Стратегический менеджмент содержит следующие функции:*

- А) планирование, организация, руководство и контроль;
- Б) прогнозирование, планирование, организация, координацию, учет, контроль, анализ и мотивацию;
- В) социальное планирование, координация, контроль и мотивацию.

3. *К основным понятиям стратегического менеджмента относятся:*

- А) структура организации;
- Б) миссия;
- В) персонал;
- Г) функции управления.

4. *Понятие стратегического менеджмента включает следующие внешние факторы:*

- А) организационные;
- Б) социальные;
- В) экономические;
- Г) юридические;
- Д) политические;
- Е) исследование ситуации и развития компании.

5. *Высшим уровнем стратегического менеджмента является:*

- А) деловой уровень;
- Б) корпоративный уровень;
- В) функциональный уровень.

6. *Объектами стратегического менеджмента являются:*

- А) исследование и развитие;
- Б) производство;
- В) мотивация;
- Г) маркетинг;
- Д) различные виды стратегий организации.

7. *По отношению к сфере бизнеса стратегический менеджмент предполагает:*

- А) выбор структуры организации;
- Б) поиск сферы деятельности;
- В) выбор стратегии выживания.

8. *В чем состоят основные различия между стратегическим менеджментом на коммерческом предприятии и в государственном учреждении?*

- А) на коммерческом предприятии можно организовать стратегическое управление, а в государственном учреждении - нельзя;
- Б) на коммерческом предприятии есть миссия, а в государственном учреждении ее нет;
- В) различий нет;
- Г) имеются различия в способах формирования миссии и целей, в способах мониторинга и контроля, в характере ответственности, в способах оценки деятельности.

9. *Кто считается предшественником стратегического управления и первым стратегом?*

- А) военные стратеги и мыслители;
- Б) философы древности и военные стратеги;
- В) немецкие военные стратеги;
- Г) китайские философы.

10. *Какая ошибка наиболее часто повторяется при реализации новой стратегии?*

- А) отсутствие необходимых ресурсов;
- Б) неспособность и отсутствие желания осуществлять стратегическое планирование;
- В) плохое знание внешнего рынка;
- Г) новая стратегия налагается автоматически на старую стратегию

Тест 2. «Анализ конкурентных преимуществ и конкурентоспособность организации»

1. *Основными субъектами рыночной среды при рассмотрении вопроса создания и удержания конкурентных преимуществ являются:*

- А) «наша» фирма и покупатель;
- Б) «наша» фирма, поставщики, конкуренты и покупатель;
- В) продукт, «наша» фирма, и конкуренты;
- Г) «наша» фирма, конкуренты и покупатель.

2. Если у производителя продукции имеется возможность осуществить интеграцию с продавцами, то это:

- А) уменьшает ценовую власть покупателей;
- Б) увеличивает ценовую власть покупателей;
- В) не влияет на ценовую власть покупателей;
- Г) увеличивает инфляцию.

3. В случае если у потребителя продукции имеется опасность интеграции назад, то это

- А) уменьшает ценовую власть продавцов;
- Б) увеличивает ценовую власть продавцов;
- В) не влияет на ценовую власть продавцов;
- Г) уменьшает инфляцию.

4. Наличие продуктов заменителей:

- А) уменьшает ценовую власть покупателей;
- Б) увеличивает ценовую власть покупателей;
- В) не влияет на ценовую власть покупателей;
- Г) увеличивает экспортно-импортное сальдо.

5. Центральная компетенция – это:

- А) компетенция чиновников центральных министерств и ведомств;
- Б) компетенция управленческого персонала фирмы;
- В) компетенция организации в целом в области производства и реализации продукции;

Г) уникальная способность организации осуществлять те или иные функции наилучшим образом.

6. Конкуренция между городами возникает по поводу:

- А) привлечения квалифицированных кадров;
- Б) привлечения капиталов;
- В) привлечения капиталов и кадров;
- Г) продажи продукции, производимой на территории данных городов.

7. Основными факторами конкурентной борьбы являются:

- А) размер фирмы;
- Б) уровень стандартизации товаров;
- В) размер рынка;
- Г) географическое расположение фирмы.

8. При оценке конкурентоспособности организации фирма-лидер должна обладать следующими параметрами:

- А) соизмеримость характеристик выпускаемой продукции по идентичности потребностей, удовлетворяемых с ее помощью;
- Б) соизмеримость объемов производства;
- В) соизмеримость сегментов рынка, для которых предназначена выпускаемая продукция;
- Г) соизмеримость размера самой организации.

9. При оценке конкурентоспособности организации промышленно развитых стран показатель значимости рынка, на котором представлен ее товар, принято считать равным:

А) 0,7;

Б) 0,5;

В) 1;

Г) среди приведенных вариантов нет верного.

10. Определяя конкурентоспособность организации необходимо знать следующие показатели:

А) удельный вес *i*-го товара организации, показатель значимости рынка, объем продаж *i*-го товара за анализируемый период;

Б) конкурентоспособность *i*-го товара на *j*-ом рынке, показатель значимости рынка, объем продаж *i*-го товара за анализируемый период ;

В) конкурентоспособность *i*-го товара на *j*-ом рынке, удельный вес *i*-го товара организации, показатель значимости рынка.

Тест 3. «Стратегический анализ внешней среды управления»

1. 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.

2. 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.

3. Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми)?

А) сильные стороны отрасли;

Б) сильные стороны фирмы;

В) цели фирмы;

Г) интересы высшего руководства;

Д) квалификация работников;

Е) степень зависимости от внешней среды;

Ж) все перечисленные факторы.

4. Чем различаются STEP- и SWOT-анализы:

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, предметом STEP-анализа – только ее внешняя макро-среда;

В) SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP-анализ – ее возможностей и внешних угроз.

5. *SWOT-анализ включает в себя:*

А) анализ возможностей и вероятных угроз организации;

Б) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами;

В) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков;

Г) все вместе взятое.

6. *В каком порядке заполняется таблица SWOT-анализа?*

А) SWOT;

Б) OTSW;

В) WSOT.

7. *С какой позиции рассматриваются обозначения W и T в SWOT-анализе?*

А) с позиции внешнего окружения;

Б) с позиции организации;

В) пункты а и б;

Г) пункты а и б не верны.

8. *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 источнику проблем;

Д) это упорядоченный перечень основных проблем, связанных с внешними источниками.

9. *Как понимать термин «угрозы и возможности»?*

А) в буквальном смысле;

Б) анализ угроз и возможностей – это стандартная процедура в стратегическом управлении;

В) это обозначение благоприятных и неблагоприятных тенденций во внешней среде;

Г) это художественный образ.

10. *Стратегическая зона хозяйствования – это:*

А) зона наибольшего стратегического хозяйственного риска;

Б) перспективный сегмент рынка;

В) сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход;

Г) свободная экономическая зона.

Тест 4. «Стратегический анализ внутренней среды управления»

1. К какой составляющей SWOT-анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы?

- А) сильные стороны;
- Б) слабые стороны;
- В) возможности;
- Г) угрозы.

2. Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми)?

- А) сильные стороны отрасли;
- Б) сильные стороны фирмы;
- В) цели фирмы;
- Г) интересы высшего руководства;
- Д) квалификация работников;
- Е) степень зависимости от внешней среды;
- Ж) все перечисленные факторы.

3. К основным видам деятельности в цепочке ценностей относят:

- А) материально-техническое обеспечение;
- Б) продажи;
- В) закупки;
- Г) управление людскими ресурсами;
- Д) производство;
- Е) все вышеперечисленное.

4. Какие стратегии может выбирать фирма, имеющая сильные конкурентные позиции, при медленном росте рынка?

- А) совместное предприятие в новой области;
- Б) концентрированная диверсификация;
- В) горизонтальная интеграция или слияние;
- Г) сокращение;
- Д) Вертикальная интеграция;
- Е) конгломеративная диверсификация.

5. Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силой, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам:

- А) высокого ранга;
- Б) низкого ранга.

6. Какие из перечисленных факторов определяют конкурентную силу поставщика?

- А) уровень специализации поставщик;
- Б) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами;
- В) темпы инфляции и нормы налогообложения;
- Г) все перечисленные факторы.

7. *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.

8. *Наличие продуктов-заменителей:*

- А) уменьшает ценовую власть покупателей;
- Б) увеличивает ценовую власть покупателей;
- В) не влияет на ценовую власть покупателей;
- Г) увеличивает экспортно-импортное сальдо.

9. *Центральная компетенция – это:*

- А) компетенция чиновников центральных министерств и ведомств;
- Б) компетенция управленческого персонала фирмы;
- В) компетенция организации в целом в области производства и реализации продукции;
- Г) уникальная способность организации осуществлять те или иные функции наилучшим способом.

10. *Конкуренция между городами возникает по поводу:*

- А) привлечения квалифицированных кадров;
- Б) привлечения капиталов;
- В) привлечения капиталов и кадров;
- Г) продажи продукции, производимой на территории данных городов.

Тест №5. «Формирование миссии и целей организации»

1. *Миссию организации следует определять как:*

- А) философия и предназначение, смысл существования организации;
- Б) сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация;
- В) утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных;
- Г) все предыдущие ответы верны.

2. *Кто формулирует миссию организации?*

- А) директор;
- Б) совет директоров совместно с консультантами;
- В) руководство совместно с работниками предприятия;
- Г) вышестоящее учреждение.

3. *Назовите группы лиц, чьи интересы должны быть учтены при формировании миссии организации:*

- А) собственники и сотрудники организации;
- Б) конкуренты;
- В) покупатели продукции организации;

Г) деловые партнеры;

Д) общество в целом;

4. При формировании миссии необходимо учитывать следующие пять факторов (Котлер):

А) история фирмы, способы действия собственников, поставщики, конкуренты, ресурсы;

Б) существующий стиль поведения, поставщики, ресурсы, состояние среды обитания, отличительные особенности организации;

В) история фирмы, существующий стиль поведения, ресурсы, состояние среды обитания, отличительные особенности организации;

Г) существующий стиль поведения, поставщики, ресурсы, деловые партнеры, состояние среды обитания.

5. Целью формулирования миссии является следующее:

А) миссия создает новые и более мощные конкурентные преимущества;

Б) миссия способствует единению внутри организации, а также созданию корпоративного духа;

В) миссия создает возможность для более действенного управления;

Г) все предыдущие ответы верны.

6. Расшифровка миссии отражает:

А) целевые ориентиры организации;

Б) размеры организации;

В) возможности и способы осуществления деятельности;

Г) состав основных фондов предприятия;

Д) все предыдущие ответы не верны.

7. Цели организации используются:

А) для ориентации в процессе принятия решений;

Б) для мотивирования сотрудников организации;

В) как инструмент в конкурентной борьбе;

Г) в процессе работы по повышению эффективности ее деятельности.

8. Цели должны обладать следующими характеристиками:

А) приемлемостью;

Б) гибкостью;

В) измеримостью;

Г) полезностью;

Д) детализированностью.

9. Общими областями установления целей для всех организаций являются:

А) завоевание новых рынков;

Б) доходы организации;

В) работа с клиентами;

Г) повышение качества производимой продукции;

Д) социальная ответственность;

Е) потребность и благосостояние сотрудников.

10. В любой организации, которая имеет несколько различных структурных подразделений и несколько уровней управления, складывается:

А) пирамида целей;

Б) декомпозиция целей более высокого уровня в цели более низкого уровня;

В) дерево целей;

Г) иерархия целей.

Д) все предыдущие ответы верны.

Тест №6. «Виды и характеристика стратегий»

1. Существуют следующие виды стратегий по уровням управления:

А) портфельная;

Б) текущая;

В) деловая;

Г) функциональная.

2. Основной целью портфельной стратегии является:

А) разделение труда;

Б) определение специфики и особенностей товара конкурента;

В) расширение и укрепление портфеля ценных бумаг;

Г) выявление конкурентных преимуществ.

3. Основной целью деловой стратегии является:

А) достижение устойчивых конкурентных преимуществ в организации;

Б) расширение портфеля ценных бумаг;

В) определение работ в подразделениях организации;

Г) совершенствование структуры управления.

4. Основной целью функциональной стратегии является:

А) разработка миссии организации;

Б) разработка целей и задач в подразделениях организации;

В) определение сроков реализации продукции;

Г) выявление потребностей персонала.

5. Стратегия низких издержек особенно успешна, если:

А) эластичность спроса по цене высока;

Б) эластичность спроса по цене низка;

В) эластичность спроса по цене нулевая;

Г) издержки в основном состоят из издержек на заработную плату.

6. Стратегия дифференциации особенно успешна:

А) в условиях массового спроса;

Б) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара;

В) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;

Г) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу.

7. *Стратегия сегментации особенно успешна:*

- А) при торговле однородным товаром;
- Б) при производстве товаров массового спроса;
- В) при оказании элитных услуг;
- Г) при организации торговли в маленьком городе.

8. *Главная цель управления знаниями в организации - это:*

- А) создание новых и более мощных конкурентных преимуществ;
- Б) упорядочение знаний, которыми обладают сотрудники организации;
- В) создание новых знаний;
- Г) все предыдущие ответы верны.

9. *Какой тип стратегии (из группы стратегий концентрированного роста) выбрала фирма, прилагающая большие усилия в области маркетинга и стремящаяся завоевать лучшие позиции с данным товаром на данном рынке?*

- А) стратегию развития рынка;
- Б) стратегию развития продукта;
- В) стратегию проникновения на рынок.

10. *Может ли на практике фирма реализовывать одновременно несколько стратегий?*

- А) может;
- Б) не может;
- В) может, только если это многоотраслевая компания.

Тест №7. «Реализация стратегии»

1. *Реализация стратегии предусматривает:*

- А) активизацию менеджеров всех уровней;
- Б) выделение средств на реализацию стратегии;
- В) введение передового опыта и достижений науки и техники в процессе реализации стратегии;
- Г) стимулирование выполнения стратегического замысла;
- Д) формирование корпоративной культуры;
- Е) периодическую отчетность о выполнении стратегии.

2. *Основные условия выполнения стратегии - это:*

- А) формирование квалифицированных и перспективных кадров;
- Б) подбор и эффективное использование персонала;
- В) усиление конкурентных преимуществ фирмы;
- Г) приведение организационной структуры в соответствие со стратегией развития фирмы;
- Д) повышение роли первого руководителя фирмы.

3. *Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:*

- А) неправильной последовательности действий при их проведении;
- Б) консервативности людей;
- В) воздействия внешних обстоятельств;
- Г) недостатка ресурсов для осуществления изменений.

4. *Какие из перечисленных факторов определяют выбор той или иной организационной структуры?*

- А) степень разнообразия деятельности;
- Б) размер фирмы;
- В) географическое размещение фирмы;
- Г) технология фирмы;
- Д) отношения со стороны руководителей и сотрудников;
- Е) динамизм внешней среды;
- Ж) все перечисленные факторы.

5. *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 сотрудникам организации.

6. *Определяющим фактором эффективности стратегического менеджмента является:*

- А) система мотивации персонала;
- Б) технология менеджмента;
- В) реализация совокупности функций.

7. *Бенчмаркинг можно использовать в работе организаций:*

- А) коммерческих;
- Б) государственных;
- В) общественных;
- Г) всех типов.

8. *В чем состоит основная цель бюджета организации?*

А) определить необходимые ресурсы, их количество и направленность использования;

- Б) определить необходимые ресурсы, их количество;
- В) определить источники поступления финансов;
- Г) определить необходимые ресурсы и распределить их по целям.

9. *Каким характеристикам удовлетворяет стратегия, которая в настоящее время реализуется в вашей организации?*

- А) ментальная правильность;
- Б) ситуациональность;
- В) уникальность;

В) будущая неопределенность;

Г) гибкая адекватность.

10. К основным факторам, определяющим эффективность стратегического менеджмента, относятся:

А) использование количественных методов;

Б) финансовые и статистические методы;

В) мотивация персонала;

Г) эффект различных систем оплаты по различным профессиям.

3. ТЕМАТИКА ЭССЕ И ТРЕБОВАНИЯ К ЕГО СОДЕРЖАНИЮ

1. Дайте развернутое понятие “стратегическое управление”.
2. Недостатки стратегического планирования.
3. Определение миссии и целей организации.
4. Дайте характеристику целей организации. Общие направления для установления целей организации.
5. Охарактеризуйте 2 взгляда на понимание стратегии.
6. Базисные (эталонные) стратегии.
7. Оценка выбранной стратегии.
8. Анализ внутренней и внешней среды.
9. Перечислите и охарактеризуйте основы предпринимательского управления организаций.
10. Методы стратегического планирования, применяемые зарубежными фирмами.
11. Трансформация системы долгосрочного планирования (этапы).
12. Горизонты планирования и двойные планы.
13. Среднесрочное и бюджетное планирование.
14. Анализ системы сбыта.
15. Опишите структуру стратегического менеджмента.
16. Ориентация целей организации.
17. Оценка внешней среды организации (факторы и их группировка).
18. Оценка внутренней среды организации.
19. Стратегическое самоопределение организации.
20. Система ценностей организации.
21. Миссия и социальные обязательства организации.
22. Понятие *стратегия*.
23. Предтечи стратегического менеджмента.
24. Гуру стратегического менеджмента – К. Эндрюс.
25. Гуру стратегического менеджмента – И. Ансофф.
26. Гуру стратегического менеджмента – М. Портер.
27. Гуру стратегического менеджмента – Г. Минтцберг.

28. Гуру стратегического менеджмента – Г. Хэмел.
 29. Школы стратегического менеджмента.
 30. Школа дизайна (проектирования): формирование стратегии как процесс осмысления.
 31. Школа планирования: формирование стратегии как формальный процесс.
 32. Школа позиционирования: формирование стратегии как аналитический процесс.
 33. Школа предпринимательства: формирование стратегии как процесс предвидения.
 34. Когнитивная школа: формирование стратегии как ментальный процесс.
 35. Школа обучения: формирование стратегии как развивающийся процесс.
 36. Школа власти: формирование стратегии как процесс ведения переговоров.
 37. Школа культуры: формирование стратегии как коллективный процесс.
 38. Школа внешней среды: формирование стратегии как реактивный процесс.
 39. Школа конфигурации: формирование стратегии как процесс трансформации.
 40. Ресурсная концепция стратегического менеджмента.
- Эссе как форма студенческой работы – краткое изложение мыслей студента по избранной теме. Целями эссе являются:
- привитие студентам навыков самостоятельного библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
 - привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
 - выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.
- Требования к содержанию эссе:
- материал, использованный в эссе, должен относиться строго к выбранной теме;
 - необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.);

– при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;

– эссе должны заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой вы солидарны.

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ К ЗАЧЕТУ

При оценивании уровня знаний студентов и выставлении итоговой оценки преподаватель руководствуется следующими критериями:

– знание фактического материала по курсу «Стратегический менеджмент»;

– степень активности студента на практических (семинарских) занятиях;

– логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи;

– наличие пропусков практических и лекционных занятий по неуважительным причинам;

– способность ориентироваться в понятиях, грамотно и логично оперировать терминами;

– знание категорий, законов, методик расчета основных показателей;

– правильность и полнота ответов раскрытия темы эссе или достаточное количество правильных ответов при выполнении тестовых заданий

– способность экономически мыслить и принимать управленческие решения по стратегическим вопросам.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который:

– показывает знание программного материала и структуры дисциплины, а также основного содержания и его элементов, придающих лекционному курсу инновационное содержание по сравнению с учебной литературой;

– обладает достаточными знаниями для решения типовых задач, умеет выполнять предусмотренные программой задания;

– знает важнейшие работы из списка основной рекомендованной литературы и знаком с дополнительно рекомендованной литературой;

– владеет методологией дисциплины, умеет применять теоретические знания при решении задач, обосновывая свои действия.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который:

- показал пробелы в знаниях основного учебного материала, не может дать четкого понимания основных положений, категорий и показателей дисциплины;
- не умеет решать задачи и не может разобраться в конкретной ситуации;
- не знает, либо имеет отрывочное представление об учебном материале;
- не умеет выполнять предусмотренные программой типовые задачи.

5. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТА

Сдача зачета по дисциплине «Стратегический менеджмент» осуществляется в соответствии со следующими требованиями:

- сдача зачета осуществляется в указанное в расписании время в отведенной для этого аудитории;
- преподаватель принимает зачет только при наличии ведомости и надлежащим образом оформленной зачетной книжки;
- критерии оценки ответа студента на зачете, а также форма его проведения доводятся преподавателем до сведения студентов до его начала;
- результат сдачи зачета объявляется студенту непосредственно после его сдачи, затем выставляется в ведомость и зачетную книжку студента;
- в случае неявки студента для сдачи зачета в ведомости вместо отметки «зачтено» или «не зачтено» делается запись «не явился».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ансофф, И. Стратегический менеджмент [Текст] / И. Ансофф. – Издательство: Питер, 2011. – 344 с.
2. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: учебник [Текст] / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 237 с.
3. Веснин, В.Р. Стратегическое управление: учебник [Текст] / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2015.
4. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник [Текст] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 656 с.
5. Волкогонова, О.Д. Стратегический менеджмент: учебник [Текст] / О.Д. Волкогонова, А.Т. Зуб. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 256 с.
6. Глазов, Р.В. Применение типовых конкурентных стратегий в современной предпринимательской практике [Текст] / Р.В. Глазов, С.А. Орехов // Современная конкуренция. – 2012. – № 2 (32). – С. 13-19.
7. Грант, Р. Современный стратегический анализ [Текст] / Р. Грант. – СПб.: Питер, 2012.
8. Гринберг, Н. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент [Текст] / Н. Гринберг // Стратегический менеджмент. – 2012. – №2. – С.78-81.
9. Демьянова О. В. Методические основы стратегического анализа на промышленном предприятии (на примере мебельной промышленности Республики Татарстан). Электронный ресурс: режим доступа <http://www.cis2000.ru/cisFinAnalysis/Accounting.shtml>
10. Диксит А.К., Нейлбафф Б. Дж. Стратегическое мышление в бизнесе, политике и личной жизни [Текст] / А.К. Диксит, Б.Дж. Нейлбафф. – М: Вильямс, 2014. – 480с.
11. Еремина, И.Ю. Стратегическое управление развитием организации [Текст] / И.Ю. Еремина, Д.В. Ячник // Труды Российского государственного университета нефти и газа им. И.М. Губкина. – 2012. – № 2. – С. 188-198.
12. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник [Текст] / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 528 с.
13. Зиновьева, И. Разработка эффективной стратегии управления предприятием [Текст] / И. Зиновьева // Менеджмент сегодня. – 2012. – №1. – С.56-63.
14. Клиланд, У. Стратегическое планирование в организациях [Текст] / У. Клиланд. — М: Экономика. – 2012. – 367 с.

15. Коваленко, А. Кластерный подход в обеспечении конкурентоспособности субъектов социально-экономической деятельности [Текст] / А. Коваленко, А. Полевой // Современная конкуренция. – 2012. – №5(35).
16. Коробейников, О.П. Стратегическое поведение: от разработки до реализации [Текст] / О.П. Коробейников, В.Ю. Колосов, А.А. Трифилова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – №3. – С. 88-129.
17. Мальсагов, И.А. Методическое развитие стратегического управления учета и анализа в организации [Текст] / И.А. Мальсагов // Инновационное развитие экономики. – 2013. – № 6 (17). – С. 169-174.
18. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: Учебное пособие [Текст] / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 288 с.
19. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие [Текст] / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 320 с.
20. Минцберг, Г. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента [Текст] / Г. Минцберг, Б. Альстранд, Ж. Лампель. – М.: Альпина Пабли., 2013.
21. Непринцева, Е.В. Основные подходы к оценке потенциальной эффективности вертикальной интеграции [Текст] / Е.В. Непринцева, С.А. Шубин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – №1. – С. 25-37.
22. Оганян, К.К. Взаимоотношение типов организационной культуры, стилей управления и типов личности руководителя [Текст] / К.К. Оганян // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 1. – С. 291.
23. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент: учебник [Текст] / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. – М.: КНОРУС – 2012. – 496 с.
24. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / М. Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 435 с.
25. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. [Текст] / М. Портер / Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 2016. – 205 с.
26. Резник, В.С. Стратегический менеджмент: практикум [Текст] / В.С. Резник, О.А. Сазыкина. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 180 с.
27. Сазыкина, О.А. Современный стратегический анализ: методы и технологии [Текст] / О.А. Сазыкина. – Пенза: ПГУАС, 2013. – 152 с.
28. Сазыкина, О.А. Стратегический менеджмент [Текст] / О.А. Сазыкина. – Пенза: ПГУАС, 2015. – 180 с.
29. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации. Учебник [Текст] / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд. – М.: Вильямс, 2013. – 928 с.

30. Устинов, А. Стратегия развития фирмы [Текст] / А. Устинов // Управление персоналом. – 2013. – №6. – с. 10-14.

31. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство [Текст] Э.Х.Шейн / Пер. с англ. Под ред. В.А. Спивака – СПб: Питер, 2013. – 351 с.

32. Широнина, Е.М. Организационная культура: элементы, структура [Текст] Е.М. Широнина // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 4. – С. 69.

Ресурсы электронно-библиотечной системы IPRbooks

33. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузнецов Б.Т. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 624 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10511>.

34. Панов А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Панов А.И., Коробейников И.О., Панов В.А. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 303 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8582>.

35. Стратегическое управление [Электронный ресурс]: учебник для магистров/ И.К. Ларионов [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014. – 235 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24762>.

36. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для вузов/ Фомичев А.Н. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014. – 468 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24817/>

37. Харченко В.Л. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник/ Харченко В.Л. – Электрон. текстовые данные. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 384 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17046>.

Интернет-ресурсы:

<http://www.grebennikoff.ru/product/36> – официальный сайт журнала «Стратегический менеджмент»

<http://uptp.ru> – официальный сайт журнала «Проблемы теории и практики управления»

<http://dis.ru/magazine/periodicals/139/> – официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом»

<http://www.rjm.ru> – официальный сайт журнала «Российский журнал менеджмента»

<http://www.naukaru.ru> – официальный сайт журнала «Russian journal of management»

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТУ	5
2. ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ.....	6
3. ТЕМАТИКА ЭССЕ И ТРЕБОВАНИЯ К ЕГО СОДЕРЖАНИЮ.....	17
4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ К ЗАЧЕТУ.....	19
5. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТА	20
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	21

Учебное издание

Сазыкина Ольга Анатольевна

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методические указания для подготовки к зачету

по направлениям подготовки

38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом»

В авторской редакции

Верстка Т. Ю. Симутина

Подписано в печать 15.06.16. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная «Снегурочка». Печать на ризографе.

Усл. печ.л. 1,40. Уч.-изд.л. 1,5. Тираж 80 экз.

Заказ № 390.

Издательство ПГУАС.

440028, г. Пенза, ул. Германа Титова, 28