

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра управления и предпринимательства

**УТВЕРЖДАЮ**

И.о. декана экономического факультета



Т.Ю. Новикова

«24» апреля 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
«Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами»  
программы подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре  
по научной специальности 5.2.6 Менеджмент

Форма обучения очная

Программа одобрена  
на заседании кафедры управления и предпринимательства  
от «03» апреля 2024 года, протокол №7

Ярославль

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения курса по выбору «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами» является:

- ознакомление с теорией управления организаций;
- освоение методики стратегического управления организаций;
- ознакомление с практикой стратегического управления организациями.

### 2. Место дисциплины в структуре программы аспирантуры

Дисциплина «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами» является дисциплиной по выбору и относится к Блоку 2.1.

### 3. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины аспирант должен:

#### Знать:

- систему общих стратегий организации;
- систему деловых, функциональных и операционных стратегий;
- процесс разработки и формирования стратегий.

#### Уметь:

- формировать миссию и цели организации;
- осуществлять стратегический анализ и формировать систему стратегий организации.

#### Владеть:

- методами осуществления стратегического анализа в управлении современными организациями.

### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий и их трудоемкость (в академических часах)					Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			лекции	практические	лабораторные	консультации	самостоятельная работа	
1.	Сущность, цели и задачи, принципы и функции стратегического управления	2	2				10	Задания для самостоятельной работы
2.	Предприятия как объект стратегического управления Стратегические ресурсы предприятия	2	1			1	10	Задания для самостоятельной работы
3.	Классификация и характеристика стратегий предприятия	2	1				10	Задания для самостоятельной работы
4.	Процесс разработки и реализации стратегии предприятия	2	1				10	Задания для самостоятельной работы
5.	Управление стратегическим развитием предприятия	2	1			1	24	Задания для самостоятельной работы

								работы
								Зачет
	<b>Всего</b>	<b>72</b>	<b>6</b>			<b>2</b>	<b>64</b>	

### **Содержание разделов дисциплины:**

#### 1. Сущность, цели и задачи. Принципы и функции стратегического управления

1.1 Сущность, цели и задачи стратегического управления.

1.2 Принципы стратегического управления.

1.3 Функции стратегического управления.

#### 2. Предприятия как объект стратегического управления. Стратегические ресурсы предприятия

2.1 Особенности стратегического управления предприятием.

2.2 Система объекта стратегического управления предприятия.

2.3 Стратегические ресурсы предприятия.

2.4 Оценка стратегического потенциала предприятия.

#### 3. Классификация и характеристика стратегий предприятия

3.1 Признаки классификации стратегий предприятия.

3.2 Классификация и характеристика общих стратегий предприятия.

3.3 Классификация и характеристика деловых стратегий предприятия.

3.4 Классификация и характеристика функциональных стратегий предприятия.

3.5 Классификация и характеристики операционных стратегий предприятия.

#### 4. Процесс разработки и реализации стратегии предприятия

4.1 Стратегический анализ предприятия.

4.2.Выявление проблем и постановка целей предприятия.

4.3 Формирование миссии предприятия.

4.4 Выбор стратегии предприятия.

4.5 Реализация стратегии предприятия.

#### 5. Управление стратегическим развитием предприятия

5.1 Прогнозирование развития предприятия.

5.2 Планирование развития предприятия.

5.3 Организация управления стратегическим развитием предприятия.

5.4 Организация разработки и реализации стратегии предприятия.

5.5 Контроль хода разработки и реализации стратегии предприятия.

### **5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой литературы.

Академическая лекция с элементами лекции-беседы – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Элементы лекции-беседы обеспечивают контакт преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание аспирантов к наиболее важным темам дисциплины, активно вовлекать их в учебный процесс, контролировать темп изложения учебного материала в зависимости от уровня его восприятия.

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, связанные с

различными моделями интерпретации изучаемого материала. Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. При этом процесс познания аспирантом в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к поисковой, исследовательской деятельности.

Консультации – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы аспирантов. На консультациях по просьбе аспирантов рассматриваются наиболее сложные разделы дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы аспирантов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный учебный курс «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами» в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы аспирантов по темам дисциплины;
- представлен список литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- представлена информация о форме и времени проведения консультаций по дисциплине в случае их проведения в дистанционном формате в режиме онлайн.

## **6. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины**

### **а) основная литература**

1. Мокий, М. С. Экономика фирмы : учебник и практикум для вузов / М. С. Мокий, О. В. Азоева, В. С. Ивановский ; под редакцией М. С. Мокия. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 297 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12884-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488803>
2. Воробьева, И. П. Экономика и управление производством : учебное пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00380-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490332>

### **б) дополнительная литература**

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03899-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488989>
2. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14595-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477973>

### **в) ресурсы сети «Интернет»**

1. Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» [http://www.lib.uniya.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uniya.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)
2. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Юрайт» (<https://www.urait.ru>).
3. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Проспект» (<http://ebs.prospekt.org/>).
4. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>)

## **7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав следующие помещения:

- учебные аудитории для проведения лекций;
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций,
- учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ЯрГУ.

Автор:

Зав. кафедрой управления и предпринимательства  
кандидат экономических наук, доцент

Брюханов Д.Ю.

**Приложение к №1 рабочей программе дисциплины  
«Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами»**

**Оценочные материалы  
для проведения текущей и/или промежуточной аттестации  
аспирантов по дисциплине**

**1. Контрольные задания и (или) иные материалы,  
используемые в процессе текущего контроля успеваемости**

**Задания для самостоятельной работы  
Тестовые задания по теме 1  
«Сущность, цели и задачи, принципы и функции стратегического управления»**

1. Стратегическое планирование – это:
  1. процесс формирования миссии и целей организации, выбора специфических стратегий для определения и получения необходимых ресурсов и их распределения с целью обеспечения эффективной работы организации в будущем
  2. обследование внутренних сильных и слабых сторон организации для принятия управленческих решений на перспективу
  3. распределение ресурсов по приоритетным направлениям деятельности фирмы на будущее
2. Анализ стратегии организации по отношению к обществу должен включать:
  1. анализ целей и ограничений
  2. анализ внешней среды
  3. все, вышеперечисленное
3. Разработка корпоративной стратегии включает в себя:
  1. создание и управление портфелем СЗХ. Обеспечение синергизма СЗХ как конкурентного преимущества. Определение инвестиционных приоритетов и управление ресурсами в наиболее привлекательных СЗХ.
  2. определение действий и подходов для успешной конкуренции и в интересах получения конкурентных преимуществ. Формирование реакции на изменение внешних условий. Унификация стратегических инициатив ключевых функциональных служб. Действия по решению специфических проблем
  3. создание функциональных подходов поддержки стратегии бизнеса и достижения функциональных целей и функциональных стратегий в НИОКР, производстве, маркетинге, финансах, кадрах. Пересмотр/ревизия/ унификация основных подходов менеджеров более низкого уровня
4. Разработка функциональной стратегии включает в себя:
  1. создание и управление портфелем СЗХ. Обеспечение синергизма СЗХ как конкурентного преимущества. Определение инвестиционных приоритетов и управление ресурсами в наиболее привлекательных СЗХ. Пересмотр/ревизия/унификация основных стратегических подходов шефов СЗХ
  2. определение действий и подходов для успешной конкуренции и в интересах получения конкурентных преимуществ. Формирование реакции на изменение внешних условий. Унификация стратегических инициатив ключевых функциональных служб. Действия по решению специфических проблем
  3. создание функциональных подходов поддержки стратегии бизнеса и достижения функциональных целей и функциональных стратегий в НИОКР, производстве, маркетинге, финансах, кадрах. Пересмотр/ревизия/ унификация основных подходов менеджеров более низкого уровня
  4. разработка более узких и специфических подходов и действий в поддержку функциональных и СЗХ стратегий и в интересах достижения целей полевых единиц и функциональных отделов
5. Определите цифрами очередность стадий стратегического планирования:
  1. анализ внешней среды
  2. анализ альтернатив и выбор стратегии
  3. миссия и цели
  4. анализ сильных и слабых сторон
  5. управление реализацией стратегии
  6. оценка стратегии

6. Выделите пять факторов, определяющих миссию (в оригинале - программу) фирмы, по Ф. Котлеру:
1. история фирмы
  2. связи с партнерами и поставщиками
  3. ориентация на прибыль и конкурентоспособность
  4. стиль поведения собственников и основных менеджеров фирмы
  5. удовлетворение потребностей потребителей
  6. особенности и тенденции развития внешней среды фирмы и ее динамика
  7. ресурсы, которые фирма может и готова использовать
  8. яркие отличительные особенности фирмы
  7. Цели организации должны быть:
    1. конкретными
    2. измеримыми
    3. безопасными
    4. ориентированными во времени
  8. Процесс выбора стратегии организации состоит из:
    1. анализа текущей стратегии
    2. контроля деятельности высшего руководства
    3. определения альтернативных стратегий
    4. оценки и выбора стратегии
  9. К базовым стратегиям относятся:
    1. ограниченный рост
    2. диверсификация
    3. интеграция
    4. рост
    5. развитие
    6. слияние и поглощение
    7. сокращение или стратегия последнего средства
    8. комбинированная стратегия
  10. Стратегия ограниченного роста:
    1. применяется в динамично развивающихся отраслях с быстро меняющейся технологией, устанавливает ежегодное значительное превышение уровня развития над уровнем предыдущего года
    2. применяется в сложившихся отраслях со стабильной технологией, устанавливает цели развития «от достигнутого» и корректирует на изменяющиеся условия
    3. устанавливает цели ниже уровня, достигнутого в прошлом, когда показатели деятельности организации приобретают устойчивую тенденцию к ухудшению и никакие меры не изменяют ее
    4. придерживаются крупные компании, которые активно функционируют в нескольких отраслях

## Тестовые задания по теме 2

### «Предприятия как объект стратегического управления. Стратегические ресурсы предприятия»

1. Стратегический менеджмент – это (выберите правильный ответ(ы)):
  1. выживание организации в долгосрочной перспективе
  2. ориентация на проблемы, возникающие внутри предприятия
  3. рассматривает работников как «капитал», основу организации, главную ценность, источник благополучия
  4. функционирует на базе приростного поведения
  5. цели детализированы, направлены на решение локальных, специфических задач
2. Стратегия в управлении – это (выберите правильные определения):
  1. создание посредством разнообразных действий менеджмента уникальной и ценной позиции предприятия
  2. интуитивно последовательная интегрированная схема принятия решений
  3. обобщающая модель действий в будущем, необходимых для достижения целей организации
  4. набор правил, которыми руководствуется организация при принятии управленческих решений
  5. правила, по которым организация ведет свою повседневную деятельность
  6. общий комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии и достижение хозяйственных целей организации
  7. все, перечисленное выше
3. Этап развития стратегического менеджмента в 70-е гг. XX века связан со следующими тенденциями в науке управления (выберите правильную характеристику):
  1. долгосрочное планирование производства продукции и освоения рынков
  2. существенно изменился смысл стратегического выбора, отказ от фиксации планов производства на долгосрочную перспективу, ориентация на поддержание конкурентоспособности предприятия в условиях рынка
  3. динамизм внешней среды, усложнение задачи своевременной адаптации к изменениям, выбор такого поведения в текущий момент, который обеспечивал бы процветание организации в будущем
  4. возрастание фактора внешней среды, осознание необходимости разработки стратегии, ориентированной на изменения во внешней среде, элементами которой являются диверсификация, интеграция, освоение новых рынков
4. Менеджмент знаний связан с (выберите правильные характеристики):
  1. создание новых знаний, имеющих в первую очередь коммерческую ценность
  2. новые подходы в достижении целей в конкурентной борьбе
  3. ориентация на изменения во внешней среде
  4. обучение знаниям
  5. интеграция в мировую хозяйственную систему
  6. внедрение знаний в производственные и управленческие процессы
5. «Ценовая» и «имиджевая» концепции И. Ансоффа предполагает, что (выберите правильный ответ(ы)):
  1. залогом достижения целей организации являются определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов способами
  2. позицию фирмы в отрасли и ее коммерческих успех на рынке всецело определяет ее конкурентное преимущество, напрямую зависящее от 5 сил конкуренции
  3. потребители обладают полной информацией и осознают разницу не только в цене, но и в наборе функций и рабочих характеристик предлагаемых товаров/услуг. Однако покупки совершаются скорее под влиянием имиджа товара или услуги. Из чего следует, что вкусами и предпочтениями потребителей можно управлять, создавая с помощью грамотной рекламы и умелого продвижения товара новые потребности покупателей
6. «Информационно-маркетинговая» концепции Ф. Котлера предполагает, что (выберите правильный ответ(ы)):
  1. залогом достижения целей организации являются определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности более эффективными (например, с помощью Интернет-технологий), чем у конкурентов способами, и с учетом таких характерных для рынка XXI века факторов как совершенствование технологии, расширяющиеся международные связи (глобализация), дерегулирование национальных экономик, приватизация, обучение менеджеров
  2. залогом достижения целей организации являются определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой ими удовлетворенности более эффективными (например, с помощью Интернет-технологий), чем у конкурентов способами, и с учетом таких характерных для рынка XXI века факторов как совершенствование технологии, расширяющиеся международные связи (глобализация), дерегулирование национальных экономик, приватизация, обучение менеджеров
  3. истинные потребности покупателей (с точки зрения их заинтересованности в самом товаре как таковом) вторичны по сравнению с экономической выгодой от приобретения товаров/услуг у

конкурирующих друг с другом продавцов

7. Стратегии концентрированного (интенсивного) роста связана с (выберите правильный ответ(ы)):

1. с развитием производства и повышением рентабельности, контролем стратегически важных звеньев в цепи производства и продажи товаров (поставщиков, каналы сбыта, конкурентов)
2. с изменением продукта и/или рынка и не затрагивающие другие элементы
3. с состоянием или изменением продукта, рынка, отрасли, конкурентной позиции, технологии
4. с продажей хозяйственного подразделения или выделением его в самостоятельную структуру
8. «Конкурентная» концепция М.Портера предполагает, что суть конкуренции выражается следующими силами (выберите правильный ответ(ы)):

1. силой менеджмента компании
2. угрозой появления новых конкурентов
3. силой государственного регулирования экономики
4. силой стратегических альянсов
5. угрозой появления товаров и услуг-заменителей
6. способностью покупателей торговаться
7. способностью поставщиков комплектующих изделий торговаться
8. соперничеством между уже имеющимися конкурентами
9. Производственная мощность предприятия определяется:
  1. по мощности вспомогательных цехов
  2. по мощности основных цехов
  3. по мощности ведущих производственных цехов
10. При определении производственной мощности предприятия используется фонд времени работы оборудования:
  1. календарный
  2. номинальный
  3. плановый
  4. фактический

### **Тестовые задания по теме 3**

#### **«Классификация и характеристика стратегий предприятия»**

1. Анализ стратегии организации по отношению к обществу должен включать:

1. анализ целей и ограничений
2. анализ внешней среды
3. все, вышеперечисленное

2. Разработка корпоративной стратегии включает в себя:

1. создание и управление портфелем СЗХ. Обеспечение синергизма СЗХ как конкурентного преимущества. Определение инвестиционных приоритетов и управление ресурсами в наиболее привлекательных СЗХ.
2. определение действий и подходов для успешной конкуренции и в интересах получения конкурентных преимуществ. Формирование реакции на изменение внешних условий. Унификация стратегических инициатив ключевых функциональных служб. Действия по решению специфических проблем
3. создание функциональных подходов поддержки стратегии бизнеса и достижения функциональных целей и функциональных стратегий в НИОКР, производстве, маркетинге, финансах, кадрах. Пересмотр/ревизия/ унификация основных подходов менеджеров более низкого уровня

3. Разработка функциональной стратегии включает в себя:

1. создание и управление портфелем СЗХ. Обеспечение синергизма СЗХ как конкурентного преимущества. Определение инвестиционных приоритетов и управление ресурсами в наиболее привлекательных СЗХ. Пересмотр/ревизия/унификация основных стратегических подходов шефов СЗХ
2. определение действий и подходов для успешной конкуренции и в интересах получения конкурентных преимуществ. Формирование реакции на изменение внешних условий. Унификация стратегических инициатив ключевых функциональных служб. Действия по решению специфических проблем
3. создание функциональных подходов поддержки стратегии бизнеса и достижения функциональных целей и функциональных стратегий в НИОКР, производстве, маркетинге, финансах, кадрах. Пересмотр/ревизия/ унификация основных подходов менеджеров более низкого уровня
4. разработка более узких и специфических подходов и действий в поддержку функциональных и СЗХ стратегий и в интересах достижения целей полевых единиц и функциональных отделов

4. Согласны ли вы с утверждением, что «ежегодный пересмотр стратегий ведет к стабилизации поведения руководителей и повышает вероятность объективной проверки эффективности стратегий»:

1. да
2. нет

5. Согласны ли вы с утверждением, что «задача стратегической реакции состоит в том, чтобы свести к минимуму потери и по возможности обратить их в прибыль»:

1. да
2. нет

6. Определите цифрами очередность стадий стратегического планирования:

1. анализ внешней среды
2. анализ альтернатив и выбор стратегии
3. миссия и цели
4. анализ сильных и слабых сторон
5. управление реализацией стратегии
6. оценка стратегии

7. Выделите пять факторов, определяющих миссию (в оригинале - программу) фирмы, по Ф. Котлеру:

1. история фирмы
2. связи с партнерами и поставщиками
3. ориентация на прибыль и конкурентоспособность
4. стиль поведения собственников и основных менеджеров фирмы
4. удовлетворение потребностей потребителей
5. особенности и тенденции развития внешней среды фирмы и ее динамика
6. ресурсы, которые фирма может и готова использовать
7. яркие отличительные особенности фирмы

8. Цели организации должны быть:

1. конкретными
2. измеримыми
3. безопасными
4. ориентированными во времени

#### **Тестовые задания по теме 4**

##### **«Процесс разработки и реализации стратегии предприятия»**

1. Завершающий процесс, который осуществляется на стадии стратегического обновления и должен обеспечить качественную обратную связь – это:

1. стратегия предприятия
2. контроль по реализации стратегии
3. управление стратегией
4. аудит

2. Из скольких взаимосвязанных частей состоят задачи менеджера по созданию и реализации стратегии фирмы?

1. из двух
2. из трех
3. из четырех
4. из пяти

3. Миссия компании в общем смысле – это:

1. то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
2. комбинация из запланированных действий и быстрых решений по адаптации к новым достижениям промышленности и новой диспозиции на поле конкурентной борьбы
3. разработка направлений деятельности и прогресса компании.
4. разработка концепции долгосрочного развития фирмы.

4. Кто из руководства фирмы является самым влиятельным и ответственным менеджером по стратегии?

1. генеральный директор
2. главный бухгалтер

3. исполнительный директор
4. вице-президент
5. К широкой площади конкуренции относят:
  1. лидерство в затратах
  2. концентрация на затратах
  3. диверсификация
  4. концентрация на реорганизации
6. Симбиоз интуиции и профессионализма высшего руководства и заинтересованности всех работников в достижении целей – это...
  1. стратегия предприятия
  2. контроль по реализации стратегии
  3. управление стратегией
  4. разработка стратегии
7. Стратегия процесса – это:
  1. использование персонала, поставки и планирование складов будут зависеть от стратегии расположения
  2. возможности процесса, которые доступны для производства товара
  3. интегральная и дорогостоящая часть проекта всей системы
  4. решение по производственным затратам, качеству и человеческим ресурсам
8. Основное предназначение операционной стратегии:
  1. для каждого функционального направления определенной сферы деятельности
  2. для каждого отдельного вида деятельности компании
  3. для основных структурных единиц: заводов, торговых региональных представителей
  4. для учреждений и охвата их операций в целом
9. Какой курс отсутствует на одноотраслевых предприятиях?
  1. корпоративный
  2. деловой
  3. функциональный
  4. операционный
10. Бизнес-стратегия представляет собой:
  1. симбиоз интуиции и профессионализма высшего руководства и заинтересованности всех работников в достижении целей
  2. то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
  3. разработка концепции долгосрочного развития фирмы.
  4. план управления отдельной сферой деятельности компании

### **Тестовые задания по теме 5**

#### **«Управление стратегическим развитием предприятия»**

1. Главная ответственность за формирование функциональной стратегии обычно возлагается на:
  1. генерального директора
  2. главного бухгалтера
  3. руководителей подразделений
  4. вице-президентов
2. ... — это программа практических мероприятий и действий, тогда как анализ стратегии предприятия имеет целенаправленный, исследовательский характер
  1. демпинг
  2. планирование
  3. стратегия
  4. SWOT- — анализ
3. ... — это совокупность управленческих действий, направленных на повышение эффективности операционной, инвестиционной, финансовой и других видов деятельности предприятия

1. контроллинг
2. планирование
3. экономическая стратегия
4. стратегический подход
4. Набор мер, позволяющих делать выводы о несоответствии внутренней среды маркетинга внешнего окружения или о внутренних несоответствиях – это:
  1. SWOT-анализ
  2. Pest-анализа
  3. Gap-анализ
  4. нет корректного ответа
5. К «пяти силам Портера» относят:
  1. угроза появления новых конкурентов
  2. угроза появления товаров и услуг-заменителей
  3. способность поставщиков торговаться
  4. все ответы правильные
6. Высокая научно-техническая квалификация персонала, проектная (матричная) структура управления – относят к ... внедрения нововведений
  1. преимуществам
  2. необходимым рыночным условиям
  3. требованиям к организации производства
  4. дестабилизирующим факторам
7. «Вход» в отрасль и «выход» из нее не представляет трудностей – фактор, который относят к ... немедленного реагирования на потребность рынка
  1. преимуществам
  2. необходимым рыночным условиям
  3. требованиям к организации производства
8. Падение потребительского спроса порождает острую конкуренцию за долю на рынке – данный фактор относят к стадиям:
  1. возникновения
  2. роста
  3. зрелости
  4. стагнации
9. Работать тщательно и без перебоев, чтобы снизить уровень расходов – данный фактор относят к стадиям:
  1. возникновения
  2. роста
  3. зрелости
  4. стагнации
10. ... — это стратегия, которая описывает общее направление роста предприятия, развития его производственно-сбытовой деятельности.
  1. деловая
  2. портфельная
  3. оперативная
  4. бизнес
11. Самым эффективным признан контроль:
  1. ожидание
  2. текущий
  3. заключительный
  4. простой

## 2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

### Список вопросов к зачету:

1. Предприятие как объект стратегического управления
2. Основные подходы к организации стратегического управления
3. Маркетинговый подход в системе стратегического управления
4. Функциональный подход в стратегическом управлении
5. Процессный подход в стратегическом управлении
6. Ситуационный подход в управлении предприятием
7. Сущность стратегии и стратегического управления
8. Стратегические ресурсы предприятия
9. Предпосылки стратегического управления
10. Принципы стратегического управления
11. Стратегический потенциал предприятия.
12. Классификация стратегий предприятия
13. Процесс стратегического управления
14. Разработка миссии предприятия
15. Цели предприятия. Система целеполагания. Классификация целей
16. Анализ внутренней среды предприятия
17. Анализ внешней среды предприятия
18. SWOT-анализ предприятия
19. Позиционирование предприятия на рынке
20. Классификация общих стратегий предприятия
21. Стратегия банкротства предприятия
22. Стратегия антикризисного управления предприятием
23. Стратегия обеспечения рентабельности предприятия
24. Стратегия устойчивого финансового развития
25. Стратегия диверсифицированного роста
26. Стратегия концентрированного роста
27. Стратегия интегрированного роста
28. Стратегия ниши рынка
29. Классификация деловых стратегий предприятия
30. Характеристика деловых стратегий предприятия
31. Классификация функциональных стратегий предприятия
32. Маркетинговая стратегия предприятия
33. Стратегия повышения качества продукции
34. Стратегия управления персоналом
35. Инвестиционная стратегия предприятия
36. Финансовая стратегия предприятия
37. Стратегия ВЭД предприятия
38. Стратегия совершенствования менеджмента
39. Стратегия снижения издержек производства
40. Инновационная стратегия предприятия
41. Стратегия формирования технической политики
42. Классификация и характеристика операционных стратегий предприятия
43. Выбор альтернативных стратегий
44. Реализация стратегии предприятия
45. Разработка программы реализации стратегии
46. Разработка плана реализации стратегии предприятия
47. Система методов стратегического управления
48. Характеристика методов стратегического управления
49. Товарная стратегия предприятия
50. Ценовая стратегия предприятия
51. Сбытовая стратегия предприятия
52. Стратегия предприятия на рынке ценных бумаг
53. Стратегия реструктуризации предприятия

#### 54. Стратегия совершенствования технического уровня производства.

##### 2.1 Описание процедуры выставления оценки

**Оценка «Зачтено»** выставляется аспиранту, который демонстрирует владение содержанием материала и понятийным аппаратом дисциплины; осуществляет межпредметные связи; умеет связывать теорию с практикой. Аспирант дает полные и четкие ответы на вопросы билета и дополнительные вопросы, соблюдает логическую последовательность при изложении материала. Грамотно использует научную терминологию.

**Оценка «Не зачтено»** выставляется аспиранту, который демонстрирует разрозненные, бессистемные знания; беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет выделять главное и второстепенное, не умеет соединять теоретические положения с практикой, не устанавливает межпредметные связи; допускает грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, вследствие непонимания их существенных и несущественных признаков и связей; дает неполные ответы, логика и последовательность изложения которых имеют существенные и принципиальные нарушения, в ответах отсутствуют выводы. Дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора не приводят к коррекции ответов аспиранта.

**Оценка «Не зачтено»** выставляется также аспиранту, который взял билет, но отвечать отказался.