

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
БОРИСОГЛЕБСКИЙ ФИЛИАЛ
(БФ ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
естественнонаучных и
общеобразовательных дисциплин



С.Е. Зюзин
20.05.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.04.02 Модели формирования деловой стратегии предприятия

1. Код и наименование направления подготовки:

38.03.01 Экономика

2. Профиль подготовки:

Экономика предприятий и организаций

3. Квалификация выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная, очно-заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: кафедра
естественнонаучных и общеобразовательных дисциплин

6. Составители программы: Н.В. Голикова, кандидат экономических наук, доцент
(ВГУ), М.С. Соловьева, преподаватель кафедры ЕНиОД (БФ ВГУ)

7. Рекомендована: Научно-методическим советом Филиала от 19.05.2025,
протокол № 8

8. Учебный год: ОФО 2028 -2029 **Семестр:** 8

ОЗФО 2029-2030 **Семестр:** 9

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель учебной дисциплины: теоретическая и практическая подготовка студентов по формированию у них системного мышления и навыков стратегического моделирования архитектуры бизнеса в условиях глобализации и информатизации современной экономики.

Задачи учебной дисциплины:

- понимать сущность и содержание стратегии управления предприятием;
- знать принципы и подходы к формированию стратегии;
- уметь применять инструменты формирования и реализации экономической стратегии фирмы;
- умение использовать приобретенные теоретические знания в практической деятельности по формированию деловой стратегии коммерческой организации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Модели формирования деловой стратегии предприятия» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Для освоения дисциплины «Модели формирования деловой стратегии предприятия» необходимы знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Менеджмент», «Маркетинг», «Основы экономического анализа», «Социально-экономическое прогнозирование», «Бизнес-планирование». Изучение дисциплины «Модели формирования деловой стратегии предприятия» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Стратегический выбор в экономике», «Анализ и проектирование бизнес-процессов», «Организация финансовой деятельности предприятия».

Условия реализации дисциплины для лиц с ОВЗ определяются особенностями восприятия учебной информации и с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен формировать текущие и перспективные планы (программ, проектов) финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации	ПК-1.1	Исследует организационно-экономические и технологические условия деятельности организации с использованием методов стратегического анализа	Знать: – методы стратегического анализа; – подходы к описанию экономических процессов и явлений процесса формирования деловой стратегии коммерческой организации. Уметь: – выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели; Владеть: – навыками анализа и содержательной интерпретации результатов применения стандартных теоретических моделей формирования деловой стратегии коммерческой организации.

		ПК-1.2	Выполняет расчеты, необходимые для составления текущих и перспективных планов (программ, проектов) финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации	Знать: -подходы к оценке экономических и социальных условий осуществления финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации; Уметь: – строить стандартные теоретические экономические модели формирования деловой стратегии финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации; Владеть: – навыками анализа и содержательной интерпретации результатов применения стандартных теоретических моделей формирования деловой стратегии коммерческой организации.
--	--	--------	--	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 2 / 72

Формы промежуточной аттестации: зачет

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			8 семестр
Контактная работа		36	36
в том числе:	лекции	18	18
	практические	18	18
Самостоятельная работа		36	36
Итого:		72	72

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			9 семестр
Контактная работа		20	20
в том числе:	лекции	10	10
	практические	10	10
Самостоятельная работа		52	52
Итого:		72	72

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
Лекции			
1.1	Методологические основы построения моделей формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах	Методические подходы, принципы, субъекты, объекты, цели. Противоречия, закономерности процесса формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах.	–

1.2	Технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы	Эволюция взглядов на природу фирмы. Содержание технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы.	–
1.3	Модель турбулентности среды обитания фирмы	Содержание, назначение, условия применения модели турбулентности среды обитания фирмы.	–
1.4	Модель динамики власти	Содержание, назначение, условия применения модели динамики власти.	–
1.5	Модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»	Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»	–
1.6	Модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат»	Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат».	–
1.7	Холистический подход и модели стратегического выбора	Содержание, назначение, условия применения моделей стратегического выбора с применением холистического подхода.	–
1.8	Модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	Содержание, назначение, условия применения модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	–
Практические занятия			
2.1	Методологические основы построения моделей формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах	Методические подходы, принципы, субъекты, объекты, цели. Противоречия, закономерности процесса формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах.	–
2.2	Технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы	Эволюция взглядов на природу фирмы. Содержание технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы.	–
2.3	Модель турбулентности среды обитания фирмы	Содержание, назначение, условия применения модели турбулентности среды обитания фирмы.	–
2.4	Модель динамики власти	Содержание, назначение, условия применения модели динамики власти.	–
2.5	Модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»	Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»	–
2.6	Модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат»	Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат».	–
2.7	Холистический подход и модели стратегического выбора	Содержание, назначение, условия применения моделей стратегического выбора с применением холистического подхода.	–
2.8	Модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	Содержание, назначение, условия применения модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	–

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Методологические основы построения моделей формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах	4	2	0	6	12
2	Технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы	2	2	0	4	8
3	Модель турбулентности среды обитания фирмы	2	2	0	4	8
4	Модель динамики власти	2	2	0	4	8
5	Модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»	2	2	0	4	8
6	Модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат»	2	2	0	4	8
7	Холистический подход и модели стратегического выбора	2	4	0	6	12
8	Модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	2	2	0	4	8
Итого:		18	18	0	36	72

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Методологические основы построения моделей формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах	2	1	0	9	12
2	Технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы	2	1	0	5	8
3	Модель турбулентности среды обитания фирмы	1	1	0	6	8
4	Модель динамики власти	1	1	0	6	8
5	Модели стратегической	1	1	0	6	8

	оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»					
6	Модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат»	1	1	0	6	8
7	Холистический подход и модели стратегического выбора	1	2	0	9	12
8	Модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	1	2	0	5	8
	Итого:	10	10	0	52	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению учебной дисциплины, целесообразно ознакомиться с учебной программой дисциплины, электронный вариант которой размещён на сайте БФ ВГУ.

Основой успешного освоения дисциплины является работа с конспектами лекций, с основной рекомендуемой литературой по дисциплине, полное и своевременное выполнение практических заданий по всем разделам дисциплины, полученным в ходе практических занятий.

Подготовка к практическим занятиям ведется на основе их планов. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо изучить конспекты лекций, основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой. Кроме того, следует изучить образцы выполнения задач и упражнений (если такие предусмотрены).

Основное внимание при работе с конспектами лекций и выполнении практических заданий необходимо обратить на взаимосвязь подходов к формированию деловой стратегии коммерческой организации и содержания моделей формирования деловой стратегии коммерческой организации.

При подготовке к промежуточной аттестации необходимо повторить пройденный материал в соответствии с учебной программой, примерным перечнем вопросов, выносящихся на зачет. Рекомендуется использовать источники, перечисленные в списке литературы в рабочей программе дисциплины, а также ресурсы электронно-библиотечных систем.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Панов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 304 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691956 (дата обращения: 01.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-01052-4. – Текст : электронный.

2	Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент : искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – Москва : Юнити-Дана : Банки и биржи, 2017. – 577 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691968 (дата обращения: 01.04.2024). – ISBN 5-85173-059-5. – Текст : электронный.
---	---

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Каячев, Г. Ф. Стратегия промышленной фирмы на основе реальных опционов / Г. Ф. Каячев, В. С. Пекшева. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2010. – 108 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229258 (дата обращения: 01.04.2024). – ISBN 978-5-7638-2061-4. – Текст : электронный.
4	Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 467 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710016 (дата обращения: 01.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05124-1. – Текст : электронный.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
5	Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 467 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710016 (дата обращения: 01.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05124-1. – Текст : электронный.
6	Образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/LMS Moodle. https://edu.vsu.ru/
7	ЭБС «Университетская библиотека online»
8	ЭБС «Лань»
9	Электронно-библиотечная система (ЭБС) ВГУ https://lib.vsu.ru/?p=4&t=8b
10	www.social.ru
11	www.strategy.bos.ru/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Панов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 304 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691956 (дата обращения: 01.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-01052-4. – Текст : электронный.
2	Ружанская, Л. С. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Л. С. Ружанская, Е. А. Якимова, Д. А. Зубакина ; под общ. ред. Л. С. Ружанской ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019. – 115 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697536 (дата обращения: 02.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-2851-2. – Текст : электронный.
3	Шаймиева, Э. Ш. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Э. Ш. Шаймиева ; Институт экономики, управления и права (г. Казань). – Казань : Познание (Институт ЭУП), 2014. – 136 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257829 (дата обращения: 02.04.2024). – Библиогр.: с. 123-125. – Текст : электронный.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Программа курса может быть реализована с применением дистанционных образовательных технологий. При реализации дисциплины проводятся обзорные лекции, проблемные и дискуссионные семинарские занятия.

При реализации дисциплины используются **информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:**

- Информационная система «[Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/)» <http://window.edu.ru/>;
- Онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент.
- Справочная правовая система «Гарант»: www.garant.ru

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Программное обеспечение:

- Win10, OfficeProPlus 2010
- браузеры: Yandex, Google, Opera, Mozilla Firefox, Explorer
- STDU Viewer version 1.6.2.0
- 7-Zip
- GIMP GNU Image Manipulation Program
- Paint.NET
- Tux Paint
- Adobe Flash Player

Набор демонстрационного оборудования: экран настенный, проектор, колонки, компьютер.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
1	Методологические основы построения моделей формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах	ПК-1	ПК-1.1	Тестовые задания
2	Технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы	ПК-1	ПК-1.1	Тестовые задания
3	Модель турбулентности среды обитания фирмы	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2	Тестовые задания
4	Модель динамики власти	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2	Темы рефератов
5	Модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2	Темы рефератов
6	Модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат»	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2	Темы рефератов
7	Холистический подход и модели стратегического выбора	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2	Темы рефератов
8	Модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2	Темы рефератов
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет				Перечень вопросов к зачету

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тестовые задания, рефераты.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета.

20.1.1 Тестовые задания

Вариант 1

Комплект тестов №1

1. Матричные методы анализа позволяют менеджменту корпорации с высоким уровнем диверсификации:

- а) Анализировать последствия диверсификации
- б) Решить проблемы возникновения конфликтов финансовых приоритетов между бизнесами (СХЗ) внутри компании
- в) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации
- г) Помогут решить каждую из перечисленных проблем

2. Матричные методы анализа позволяют менеджменту корпорации с высоким уровнем диверсификации:

- а) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации
- б) Идентифицировать существующую структуру бизнесов по уровню привлекательности
- в) Оптимизировать прибыльность в долгосрочной перспективе
- г) Помогут решить каждую из перечисленных проблем

3. Матричные методы анализа позволяют менеджменту корпорации с высоким уровнем диверсификации:

- а) Отобразить необходимые денежные потоки между отдельными видами бизнеса
- б) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации
- в) Решить проблемы возникновения конфликтов финансовых приоритетов между бизнесами (СХЗ) внутри компании

4. Матричные методы анализа позволяют менеджменту диверсифицированной корпорации:

- а) Решить проблемы возникновения конфликтов финансовых приоритетов между бизнесами (СХЗ) внутри компании
- б) Оптимизировать прибыльность в долгосрочной перспективе
- в) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации

5. Основная аналитическая ценность модели БКГ в том, что она дает менеджеру возможность:

- а) определить стратегические позиции каждого вида бизнеса
- б) дать рекомендации по стратегическому балансу наличности
- в) оценить конкурентные позиции компании

6. Основным недостатком БКГ:

- а) Сложность в разработке
- б) Широта охвата
- в) Неточность
- г) Субъективность

д) Длительный период разработки

7. Куда, согласно рекомендациям БКГ, должны направляться избытки средств от "дойных коров":

- а) на укрепление позиций "звезд"
- б) на превращение "трудных детей" в "дойных коров"
- в) на превращение "собак" в "звезды"
- г) всем поровну

8. Какова судьба "собак" согласно рекомендациям БКГ:

- а) Превращение в "дойных коров"
- б) "Раздевание" и ликвидация
- в) Довольствоваться своим положением

9. Привлекательный портфель компании должен содержать:

- а) Как можно больше "звезд", "собак" и "дойных коров" для получения прибыли
- б) Необходимое количества "звезд", "дойных коров" и "трудных детей" для роста компании
- в) Достаточное количество "собак" для "сбора урожая"

10. Основной недостаток модели пяти сил конкуренции Портера:

- а) Сложность в разработке
- б) Широта охвата
- в) Неточность
- г) Субъективность
- д) Длительный период разработки

Вариант 2

1. Матрица Мак-Кинзи предлагает использовать следующие показатели:

- а) рост объема спроса
- б) привлекательность СЗХ
- в) конкурентный статус фирмы
- г) доля рынка

2. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "звезды":

- а) оптимизировать
- б) извлекать полную выгоду
- в) усилить или удержать
- г) уйти

3. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "собаки":

- а) оптимизировать
- б) извлекать полную выгоду
- в) усилить или удержать
- г) уйти

4. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "дикие кошки":

- а) оптимизировать
- б) извлекать полную выгоду
- в) усилить или удержать
- г) уйти

5. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "дойные коровы":

- а) оптимизировать
- б) извлекать полную выгоду
- в) усилить или удержать

г) уйти

6. Основной недостаток модели Мак-Кинзи:

- а) Сложность в разработке
- б) Широта охвата
- в) Множественность в трактовке
- г) Субъективность
- д) Длительный период разработки

7. Главной идеей модели Shell/DPM является утверждение, что стратегия организации должна обеспечивать:

- а) конкурентоспособность перспективных видов бизнеса
- б) поддержание баланса денежных средств путем развития новых видов бизнеса
- в) развитие отраслевого рынка
- г) реализуемость функциональной стратегии

8. Преимуществом модели Shell/DPM является то, что она позволяет:

- а) учитывать несколько критериев выбора стратегии
- б) оценить поток движения денежных средств
- в) оценить отдачу от инвестиций
- г) оценить стратегические перспективы продаж

9. Недостатком модели Shell/DPM является то, что

- а) не позволяет оценить жизненный цикл товара
- б) модель строится на предположении, что все виды бизнеса организации связаны между собой и их жизненные циклы схожи
- в) требуются значительные капиталовложения
- г) она учитывает большое число факторов, усложняя процесс выбора стратегии

10. Модель, рассматривающая стадии развития отраслевого рынка и конкурентные позиции конкретного вида бизнеса в отрасли:

- а) модель Shell/DPM
- б) модель Мак-Кинзи
- в) модель Hofer / Schendel
- г) модель Портера
- д) модель БКГ
- е) модель SPACE

Вариант 3

1. Какая из ниже перечисленных стратегий НЕ относится к стратегическим альтернативам модели Hofer / Schendel:

- а) стратегия увеличения доли на рынке
- б) стратегия конгломеративной диверсификации
- в) стратегия роста
- г) стратегия увеличения прибыли
- д) стратегия горизонтальной интеграции
- е) стратегия сокращения активов фирмы

2. Основные переменные модели ADL / LC:

- а) зрелость товара
- б) положение по отношению к конкурентам
- в) стратегический потенциал компании
- г) внешние условия бизнеса

3. Основные переменные модели SPACE:

- а) зрелость товара
- б) положение по отношению к конкурентам

- в) стратегический потенциал компании
- г) внешние условия бизнеса

4. Какая из ниже перечисленных стратегий относится к стратегическим альтернативам модели SPACE:

- а) стратегия увеличения доли на рынке
- б) стратегия конгломеративной диверсификации
- в) стратегия роста
- г) стратегия увеличения прибыли
- д) стратегия горизонтальной интеграции
- е) стратегия сокращения активов фирмы

5. Модель Томпсона – Стрикленда предназначена:

- а) для одиночного бизнеса;
- б) для двух видов бизнеса;
- в) для двух и более видов бизнеса.

6. Модель В.С. Ефремова учитывает следующие условия:

- а) отраслевые условия;
- б) макроусловия;
- в) микроусловия;
- г) стратегический потенциал;
- д) рыночные условия.

7. Ключевая компетенция – это

- а) круг полномочий, предоставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу;
- б) компетенция высшего порядка, участвующая в создании наибольшей потребительной стоимости, являющаяся коллективным знанием, позволяющим организовывать и управлять использованием других компетенций и способностей;
- в) особого свойства информационный ресурс, содержащий опыт, знания и навыки о способе организации и управления ресурсами и бизнес-процессами (способностями организации) для достижения поставленных целей.

8. Анализ ключевых компетенций включает в себя:

- а) характеристику конкурентных преимуществ компании;
- б) установление свойств товаров и услуг;
- в) определение требуемых ресурсов;
- г) изучение реальных и потенциальных способностей фирмы.

9. Доминирующая фирма– фирма, которая способна оказывать влияние на рыночную цену и другие параметры рынка и которой принадлежит не менее:

- А) 20% рынка товаров;
- В) 35% 20% рынка товаров;
- С) 80% 20% рынка товаров.

10. Фирма аутсайдер – это

- А) фирма, поведение которой не способно повлиять на параметры рынка;
- В) доминирующая фирма;
- С) фирма, поведение которой способно повлиять на параметры рынка

Критерии оценки:

Используется балльная система оценки: задания оцениваются в 1 балл каждое. Число вопросов равно 10. Максимальная сумма баллов равна 10.

- студент считается освоившим повышенный уровень подготовки (отлично), если сумма набранных баллов составляет от 9 до 10.

- студент считается освоившим базовый уровень подготовки (хорошо), если сумма набранных баллов составляет от 7 до 8.
- студент считается освоившим пороговый уровень подготовки (удовлетворительно), если сумма набранных баллов составляет от 5 до 6.

20.1.2 Темы рефератов

1. Эволюция взглядов на природу организации.
2. Матричные модели в процессе формирования стратегии предприятия.
3. Модель динамики власти: содержание, назначение, условия применения.
4. Модель турбулентности внешней среды (среды обитания) И Ансоффа.
5. Модель Курно.
6. Модель Бертрана.
7. Парадокс Бертрана: содержание, применение.
8. Модель Эджворта.
9. Модель Хорфиндаля-Хиршмана.
10. Модель Форхаймера.
11. Модель Штакельберга.
12. Модель управления посредством выбора и ранжирования стратегических задач.
13. Модель управления посредством выбора стратегических позиций.
14. Модель стратегического управления по сильным и слабым сигналам
15. Модель управления в условиях стратегических неожиданностей.
16. Модель перекрестной проекции.
17. Модель детерминант.
18. Модель формирования деловой стратегии интеллектуальной организации.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если реферат подготовлен на основе работ нескольких известных специалистов; доклад структурирован; студент уверенно владеет материалом; соблюдается регламент выступления; имеется презентация;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если реферат подготовлен на основе работ одного-двух известных специалистов; доклад структурирован; студент недостаточно уверенно владеет материалом; соблюдается регламент выступления; имеется презентация;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если реферат подготовлен на основе работ одного источника известных специалистов; доклад слабо структурирован; студент недостаточно уверенно владеет материалом; нарушается регламент выступления; презентация не полностью отражает проблему;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если реферат не подготовлен или не структурирован, студент абсолютно не владеет имеющимся у него материалом, отсутствует презентация, не соблюдается регламент.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования. Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: перечень вопросов к зачету,

20.2.1. Перечень вопросов к зачету:

1. Матричные модели в процессе формирования стратегии предприятия.
2. Эволюция взглядов на природу организации.
3. Вклад неоклассической теории в становление технологической теории фирмы.
4. Технологическая теория фирмы: вклад О.Баумоля.
5. Технологическая теория фирмы: вклад А.Маршала.
6. Технологическая теория фирмы: вклад И. Шумпетера.

7. Технологическая теория фирмы: вклад Р.Марриса.
8. Технологическая теория фирмы: вклад А. Смита.
9. Технологическая теория фирмы: вклад Чемберлина.
10. Технологическая теория фирмы: вклад Дж. Робинсон.
11. Институциональная теория фирмы.
12. Институциональная теория фирмы: вклад О. Уильямсона.
13. Стратегическая теория фирмы.
14. Определение стратегии в рамках «Школы внешней среды».
15. Определение стратегии в рамках «Школы планирования».
16. Определение стратегии в рамках «Школы культуры».
17. Определение стратегии в рамках «Школы дизайна».
18. Определение стратегии в рамках «Школы власти».
19. Определение стратегии в рамках «Когнитивной школы».
20. Определение стратегии в рамках «Школы конфигурации».
21. Определение стратегии в рамках «Школы предпринимательства».
22. Определение стратегии в рамках «Школы позиционирования».
23. Определение стратегии в рамках «Школы обучения».
24. Иерархия стратегий коммерческой организации.
25. Понятие деловой стратегии.
26. Модель управления посредством выбора и ранжирования стратегических задач.
27. Модель управления посредством выбора стратегических позиций.
28. Модель стратегического управления по сильным и слабым сигналам.
29. Модель управления в условиях стратегических неожиданностей.
30. Аналитическая ценность модели БКГ, преимущества, недостатки.
31. Основной недостаток модели Портера.
32. Многофакторный анализ на основе матрицы Мак-Кинзи.
33. Основной недостаток модели Мак-Кинзи.
34. Модель Томпсона и Стрикленда; содержание и назначение.
35. Главная идея модели Shell/DPM.
36. Стратегические альтернативы модели Hofer / Schendel.
37. Основные переменные модели ADL / LC.
38. Основные переменные модели SPACE
39. Модель Томпсона – Стрикленда: содержание, назначение.
40. Модель В.С. Ефремова: условия применения.
41. Содержание стратегического анализа ключевых компетенций.
42. Модель поведения фирмы аутсайдера.
43. Модель поведения доминирующей фирмы.
44. Модель баланса интересов стейкхолдеров по М. Фоллетт.
45. Модель Курно.
46. Модель Бертрана.
47. Парадокс Бертрана: содержание, применение.
48. Модель Эджворта.
49. Модель Хорфиндаля-Хиршмана.
50. Модель Форхаймера.
51. Модель Штакельберга.
52. Содержание технологической, институциональной, интегральной концепции фирмы.
53. Модель турбулентности внешней среды (среды обитания) И Ансоффа.
54. Модель динамики власти: содержание, назначение, условия применения.
55. Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»
56. Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура – поведение – результат».
57. Стратегическое поведение фирмы в рамках парадигмы «Структура – поведение – результат».
58. Модели ограниченной рациональности, инкрементализма и стратегического

оппортунизма.

59. Содержание, назначение, условия применения модели стратегического выбора с применением холистического подхода.

60. Холистический подход к формированию деловой стратегии

61. Модель перекрестной проекции.

62. Модель детерминант.

63. Содержание, назначение, условия применения модели транзитивного поведения фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.

64. Самообучающаяся организация: сущность и особенности стратегического поведения.

65. Интеллектуальная организация: сущность и особенности стратегического поведения.

66. Модель формирования деловой стратегии интеллектуальной организации.

Критерии и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – «зачтено», «не зачтено».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Знание теоретических основ дисциплины, умение решать задачи и анализировать практические ситуации, представление рефератов и выступление с докладами.	Базовый уровень	зачтено
Отсутствие знаний основных терминов, используемых в дисциплине, неумение решать задачи и анализировать практические ситуации, отсутствие рефератов и выступлений с докладами.	Низкий уровень	не зачтено