

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»**

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

И.о. декана факультета Экономики и управления

_____/ М.Х.Булгучев

_____/ М.Ш.Мержо

от «22» мая 2024г.

от «23» мая 2024г.

**Методические указания и темы контрольных работ по курсу
«Стратегический менеджмент»
(для студентов ОЗО направления 38.03.02 Менеджмент)**

г. Магас – 2024

Методические указания по выполнению контрольной работы

Контрольная работа имеет целью закрепление теоретических знаний, полученных слушателей во время лекций, практических занятий и самостоятельного изучения тем, предусмотренных тематическим планом.

Выполнение работы способствует усвоению основ стратегического менеджмента в современной организации, получению практических навыков в области стратегического менеджмента в свете требований современной мировой экономики и проблем экономического развития в Российской Федерации.

Вариант контрольной работы определяется по таблице 1 в зависимости от двух последних цифр личного дела слушателя.

Объем работы должен составлять не менее 10 страниц рукописного текста в школьной тетради или 3-4 листа текста, набранного на компьютере (шрифт 14). Листы должны быть скреплены и пронумерованы. Интервал между строками должен составлять не менее 1,5 см.

В работе необходимо предусмотреть поля, где можно было бы разместить замечания рецензента.

На первом листе контрольной работы должны быть указаны: дисциплина, номер варианта, название темы, фамилия, имя, отчество студента (полностью), курс, специальность, номер группы и личного дела (студенческого билета). В начале работы должен быть план работы, в конце – дата и подпись слушателя. Заканчиваться работа должна списком литературы и необходимыми по теме приложениями.

Сокращение слов, использование нераспространенных аббревиатур в контрольной работе не допускаются.

Работы, содержащие зачеркнутые строки, вписанные слова, редакционные и грамматические ошибки, возвращаются студенту для исправления.

По результатам проверки контрольной работы выставляется оценка «допущена к собеседованию» или «не допущена к собеседованию». В случае допуска к собеседованию, которое проводится перед экзаменационной сессией, преподаватель в конце работы ставит контрольные вопросы по теме (с учетом замечаний, сделанных в работе).

На поставленные вопросы студент на собеседовании должен дать устные ответы а, при необходимости, до собеседования сделать письменное дополнение к работе.

В случае получения оценки «не допущен к собеседованию» студенту необходимо выполнить контрольную работу повторно.

Таблица определения контрольных заданий

Номер зачетной книжки	Номера вопросов	
	Задание 1	Задание 2
1.	1,28	Единое для всех вариантов тестовое задание
2.	2,29	
3.	3,30	
4.	4,31	
5.	5,32	
6.	6,33	
7.	7,34	
8.	8,35	
9.	9,36	
10.	10,37	
11.	11,38	
12.	12,39	
13.	13,40	
14.	14,41	
15.	15,42	
16.	16,43	
17.	17,44	
18.	18,45	
19.	19,34	
20.	20,35	
21.	21,36	
22.	22,37	
23.	23,38	
24.	24,39	
25.	25,40	
26.	26,11	
27.	27,12	
28.	28,13	
29.	29,14	
30.	1,28	
31.	2,29	
32.	3,30	
33.	4,31	
34.	5,32	
35.	6,33	
36.	7,34	
37.	8,35	
38.	9,36	
39.	10,37	
40.	11,38	

1. Теоретические вопросы

1. Стратегический менеджмент, его характеристика и связь с другими науками.
2. Сущность стратегического менеджмента.
3. Отличие стратегического управления от оперативного.
4. Эволюция стратегического мышления. Этапы корпоративного планирования.
5. Стратегические тенденции развития экономики промышленно развитых стран.
6. Теоретические основы стратегического менеджмента.
7. Основные принципы стратегического менеджмента.
8. Проблемы и трудности стратегического управления.
9. Структура и содержание управленческих решений. Классификация решений.
10. Эффективность управленческих решений.
11. Элементы (процессы) структуры стратегического управления.
12. Разработка стратегического видения
13. Формулировка миссии организации
14. Постановка целей
15. Отличие стратегических целей от финансовых целей фирмы
16. Анализ внешней среды фирмы
17. Анализ внутренней среды фирмы
- Этапы разработки стратегических планов управления.
18. Стратегические подходы к установлению корпоративных целей.
19. Типы стратегий: корпоративная, деловая, функциональные.
20. Основные задачи разработки стратегии.
21. Цели управленческого анализа.
22. Показатели управленческого анализа.
23. Принципы и методы проведения управленческого анализа.
24. Проблемы управленческого анализа, его место в разработке стратегии предприятия.
25. Вспомогательные методы анализа.
26. Цель анализа отрасли.
27. Основные показатели анализа отрасли.
28. Анализ потребителей.
29. Методы и основные этапы портфельного анализа.
30. Матрица Ансоффа как разновидность портфельного анализа.
31. Конкурентные преимущества фирмы. Основные направления.
32. Конкурентные преимущества на основе низких издержек.
33. Стратегия дифференцирования
34. Стратегия фокусирования.
35. Стратегия лидерства по издержкам.
36. Диверсификация, виды диверсификации.

- 37. Управление диверсифицированными предприятиями.
- 38. Выгоды и издержки диверсификации
- 39. Жизненный цикл отрасли.
- 40. Стратегия инновационных предприятий.
- 41. Стратегия предприятий зрелых отраслей.
- 42. Отрасли, переживающие спад производства.
- 43. Сущность и основные элементы стратегического плана.
- 44. Стратегия прямой интеграции
- 45. Стратегия обратной интеграции

2. Тестовые задания (единые для всех вариантов)
(по каждому вопросу даются ответы, один из которых правильный)

1. Эволюция стратегического менеджмента началась в:

- а) 1950-60-е гг.
- б) 2000-05-е гг.
- в) 1970-80-е гг.

2. Микросреда фирмы – это:

- а) внутренние компоненты фирмы
- б) непосредственное окружение фирмы
- в) оба варианта верны

3. Какое определение не соответствует понятию «стратегия»:

- а) долгосрочный план организации
- б) метод проведения исследования системы управления
- в) средство переведения организации из настоящего в желательное будущее положение

4. К фазам стратегического управления не относится:

- а) стратегический контроль
- б) стратегическое планирование
- в) стратегическое администрирование

5. Задачей какой фазы стратегического управления является приспособление организации к выбранной стратегии?

- а) стратегического планирования
- б) стратегического контроля
- в) стратегической организации

6. По характеру отношения организации к своему окружению различаются следующие модели управления:

- а) административное, ситуационное, стратегическое
- б) аналитическое, ситуационное, стратегическое
- в) стратегическое, аналитическое, информационное

7. Элементом структуры стратегического управления не является

- а) анализ среды
- б) выбор стратегии
- в) исследование управления

8. В отличие от оперативного в стратегическом управлении миссия организации рассматривается как:

- а) производство товаров и услуг с целью получения прибыли
- б) выживание организации в долгосрочной перспективе
- в) прибыльность использования производственного потенциала

9. К компонентам внутренней среды организации не относится:

- а) производство
- б) маркетинг
- в) инфраструктура

10. Стратегия, при которой фирма устанавливает контроль над источниками сырья, производством комплекствующих изделий, полуфабрикатов, является стратегией

- а) диверсификации
- б) прямой вертикальной интеграции
- в) обратной вертикальной интеграции

11. Стратегическое управление осуществляется посредством мышления:

- а) « от прошлого - через настоящее- к будущему»;
- б) « от образа будущего бизнеса – к настоящему и снова – к будущему».

12. СВОТ-анализ основан на изучении состояния:

- а) только внутренней среды организации
- б) только внешней среды организации
- в) и внутренней и внешней среды организации

13. К элементам микросреды организации можно отнести:

- а) персонал организации
- б) конкурентов фирмы
- в) правовое регулирование

14. К элементам макросреды организации относят:

- а) систему управления
- б) поставщиков
- в) политическую обстановку

15. К генерическим стратегиям М.Портера не относится:

- а) стратегия концентрированного роста
- б) стратегия дифференциации
- в) стратегия лидерства по издержкам

16. Создание у покупателя чувства убежденности в том, что продукт организации превосходит подобный продукт конкурентов – это цель

- а) стратегии фокусирования
- б) стратегии дифференциации
- в) стратегии лидерства по издержкам

17. К базовым, универсальным стратегиям развития бизнеса не относится:

- а) стратегия дифференциации
- б) стратегия концентрированного роста
- в) стратегия сокращения

18. Стратегия, при которой фирма приобретает транспортные и сервисные службы, каналы сбыта и т.д., является стратегией

- а) горизонтальной интеграции
- б) диверсификации
- в) прямой вертикальной интеграции

19. Стратегия «сбора урожая» является разновидностью стратегии:

- а) сокращения

- б) диверсификации
- в) интегрированного роста

20. Какой элемент остается неизменным при любой стратегии концентрированного роста:

- а) отрасль
- б) продукт
- в) оба варианта верны

21. Результаты и последствия, желательные для организации; критерии оценки деятельности организации и ее развития - это

- а) миссия организации
- б) стратегия организации
- в) видение организации
- г) цели организации

22. К основным факторам, обуславливающим выбор стратегии диверсификации, не относится:

- а) наличие свободных денежных средств, которые могут быть вложены в другие сферы
- б) насыщение рынков уже производимых продуктов
- в) невозможность для фирмы вести дальнейший бизнес

23. Стратегический менеджмент – это:

- а) концепция управления текущей деятельностью фирмы
- б) концепция управления изменениями в организации
- в) концепция управления организацией в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды

24. Дифференциация товара – это

- а) признак, использующийся для различения товаров
- б) разделение целостности товара на различные части
- в) процесс разработки ряда модификаций товара

25. К преимуществам обратной вертикальной интеграции не относят:

- а) гарантированность поставок
- б) контроль над ресурсами
- в) обеспечение высокого качества сервисного обслуживания

26. Стратегическое планирование отличается от долгосрочного:

- а) постановкой целей «от достигнутого»
- б) акцентом на анализ перспектив организации, опасностей, возможностей и конкурентоспособности
- в) временными горизонтами планирования

27. Стратегия диверсификации – это:

- а) расширение сфер деятельности за счет ее новых направлений
- б) расширение ассортимента производимой продукции
- в) расширение доли рынка

28. Горизонтальная ось матрицы BCG показывает:

- а) измерение темпов прироста рынка соответствующего продукта

- б) измерение относительной доли данной фирмы к доле крупнейшего конкурента на рынке
- в) измерение спроса конкретного сегмента рынка на соответствующий товар

27. Стратегия лидерства в области затрат заключается в:

- а) наращивании объема производимой продукции и снижении за счет этого издержек производства, а следовательно и цен
- б) создании новых или обновленных товаров и услуг, отличных от прежних
- в) реализации товаров по различным, дифференцированным ценам

28. Критерием эффективности стратегического управления в отличие от оперативного является:

- а) выживание организации в краткосрочной перспективе
- б) своевременность и точность реакции на новые запросы рынка
- в) прибыльность использования производственного потенциала

29. К характеристикам подсистемы маркетинга организации не относится:

- а) размеры и доля рынка
- б) эффективность применения рекламы
- в) программы обучения кадров

30. К характеристикам подсистемы производства организации не относится:

- а) тип и возраст оборудования
- б) анализ трудовых операций
- в) технологии производства

Список литературы

1. Акмаева Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент: Учеб. пособие. / Р.И.Акмаева. – М.: Финансы и статистика, 2006.
2. Альтшулер И.Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа: Инструменты, проблемы, ситуации / И.Г.Альтшулер. – СПб.: Вершина, 2016.
3. Баринов В.А. и др. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие для программы МВА / В.А.Баринов. – М.: Инфра-М, 2006.
4. Виханский О. С. Стратегическое управление / О.С.Виханский. - М.: Экономистъ, 2006.
5. Зайцев Л. Г., Соколова М. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Г.Зайцев, М.Соколова. – М.: Экономистъ, 2007.
6. Лапыгин Ю.Н.Стратегический менеджмент: Учеб. пособие / Ю.Н.Лапыгин. – М.: Инфра-М, 2007.
7. Панов А.И., Коробейников И.О. Стратегический менеджмент / А.И.Панов, И.О.Коробейников. – М.: Юнити, 2012.
8. Парахина В. Стратегический менеджмент: Учебник / В.Парахина. – М.: КНОРУС, 2007.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
10. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. А.Н. Петровой. – СПб.: Питер, 2007.
11. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А.А.Томпсон, А.Дж.Стрикленд.- М.: Вильямс, 2007.
12. Фатхутдинов Р. Стратегический менеджмент: Учебник. 8-е изд., испр. и доп. / Р. Фатхутдинов. – М.: Дело, 2010.
13. Хангер Дж. Дэвид, Уилен Томас Л. Основы стратегического менеджмента / Дж. Дэвид Хангер, Томас Л.Уилен. - М.: Юнити-Дана, 2012.

