

Рассмотрена и утверждена на  
заседании кафедры 28.08.2020,  
протокол № 1

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

*Экономический факультет  
Кафедра национальной экономики*

Рекомендовано МССН/МО

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ**

**Рекомендуется для направления подготовки/специальности**

38.04.01 «Экономика»

**Направленность программы (профиль)**

«ЭКОНОМИКА ФИРМЫ И ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ»

2020

## 1. Цели и задачи курса

Основной целью курса является освоение современной методологии и практических навыков стратегического анализа и разработки экономической стратегии фирмы в условиях высокой динамичности изменения рыночной среды.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение следующих задач:

- овладение понятийным аппаратом стратегического планирования и управления;
- изучение подходов стратегического планирования и реализации стратегий.
- Овладение методикой анализа факторов внешней среды фирмы.
- Овладение методикой конкурентного анализа функционирования фирмы.
- Овладение методикой анализа факторов внутренней среды фирмы.
- Изучение видов корпоративных, деловых, функциональных стратегий бизнеса, области применения, методические подходы к разработке.
- Овладение инструментарием выбора, оценки и разработки экономической стратегии фирмы.
- Овладение методическими основами выбора стратегии фирмы в соответствии с реальной ситуацией.
- Овладение подходы к осуществлению выбранной стратегии и реализации стратегического управления.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

### Общенаучный цикл, вариативная часть.

Данная дисциплина опирается на знания, полученные в результате общеэкономической подготовки по блокам экономики предприятия, экономика отраслевых рынков, экономика инновационной деятельности, антикризисное управление, корпоративное управление, оценка бизнеса.

Вместе с тем знания, умения и навыки, приобретенные при изучении данного курса, используются в дипломном проектировании, при организации научной деятельности студентов и др.

### 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

#### общекультурные компетенции:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

#### общепрофессиональные компетенции:

- способность принимать организационно-управленческие решения (ОПК-3).

#### профессиональные компетенции:

##### *научно-исследовательская деятельность:*

- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-3);

##### *проектно-экономическая деятельность:*

- способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках (ПК-7);

##### *аналитическая деятельность:*

- способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне (ПК-8)

В результате изучения дисциплины студент должен:

#### **знать:**

- теоретические концепции стратегического управления;
- методологические основы выработки экономической стратегии фирмы

в условиях нестабильной, изменяющейся среды;

- методологию диагностики стратегической среды;
- методику формирования экономической стратегии и алгоритм ее реализации;
- методы мобилизации научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия и создания эффективного механизма управления предприятием.

**уметь:**

- формировать целевые ориентиры развития бизнеса;
- моделировать сценарии развития организации с учетом изменений внешней среды;
- на основе методологии и инструментария стратегического менеджмента прогнозировать тенденции развития бизнеса и принимать управленческие решения с целью повышения конкурентоспособности предприятия

**владеть**

- методологией поведения стратегического анализа;
- методами диагностики стратегической позиции предприятия на рынке;
- практическими навыками разработки стратегии для конкретных объектов управления;
- методикой управления стратегическими организационными изменениями.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 +2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Модули	
		5	6
Аудиторные занятия (всего)	51	26	25
В том числе:			
Лекции	17	9	8
Практические занятия (ПЗ)			
Семинары (С)	34	17	17
Лабораторные работы (ЛР)			
Из них в интерактивной форме:	28	14	14
Самостоятельная работа (всего)	93	46	47
В том числе:			
Работа с кейсами	24	12	12
Реферат, творческая работа	20	10	10
Самостоятельная проработка лекционного материала	34	17	17
Другие виды самостоятельной работы	15	8	9

Курсовой проект (работа)	72	36	36
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	20	10	10
Общая трудоемкость час: зач. ед.	144=72=216 4+2=6 кред.	72+36=108 2+1=3	72+36=108 2+1=3 .

## 5. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Раздел 1. Теоретические основы разработки экономической стратегии фирмы	Тема 1. Исторические предпосылки необходимости разработки стратегии фирмы. Эволюция теоретических концепций стратегического планирования и управления
		Тема 2. Нестабильность внешней среды. Горизонты предвидения
		Тема 3 Теоретические основы разработки стратегии фирмы. Разработка миссии и стратегических целей
2.	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 4. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность организации.
		Тема 5. Анализ внешней среды организации
		Тема 6. Стратегический анализ
		Тема 7. Отраслевой конкурентный анализ
		Тема 8. Конкурентный анализ фирмы. Анализ внутренней среды организации
		Тема 9. Интеграция, как новое направление конкурентоспособности фирм. Виды интеграции.
3	Раздел III. Разработка экономической стратегии фирмы	Тема 10. Стратегические альянсы
		Тема 11. Виды стратегий.
		Тема 12. Стратегия «голубого океана»
		Тема 13. Согласование выбранной стратегии с динамикой роста рынка, структурой конкурентной среды и положением в ней компании
		Тема 14. Методическое обеспечение планирования стратегий.
4	Раздел IV Реализация стратегии	Тема 15. Система сбалансированных показателей
		Тема 16. Реализация стратегии. Стратегический контроль
		Тема 17. Управление изменениями.

### Содержание курса

#### Тема 1. Исторические предпосылки необходимости разработки стратегии фирмы.

Эволюция условий и задач предпринимательской деятельности. Изменение скорости и характера влияния факторов внешней среды на фирму. Трансформация взглядов на понятие стратегии фирмы. Изменение понятия стратегии от организационных преобразований по приспособлению к изменению окружающей среды к управлению поведением потребителей, трансформации будущих потребностей, трансформации отрасли.

Выбор системных решений в соответствии с изменчивостью внешней среды. Концепции долгосрочного и стратегического планирования. Конкуренция за формирование будущего.

Потребность в предвидении. Преимущество стратегического подхода к управлению фирмой. Стратегия как отрыв целей от имеющихся ресурсов. Ключевые гипотезы современного стратегического управления.

Эволюция научных подходов к формированию экономической стратегии фирмы.

Школы стратегий.

Сущность, основные характеристики, инструментарий, сильные и слабые стороны, области применения школ стратегий:

рациональных школ: «дизайна», «стратегического планирования», «позиционирования»;

и нерациональных школ: «предпринимательства», «когнитивной школы (школы познания)», «школы обучения», «школы власти», «школы культуры», «школы внешней среды», «школы конфигурации».

Современный взгляд на формирование стратегии фирмы.

## **Тема 2. Нестабильность внешней среды и подходы к разработке стратегии фирмы.**

Факторы нестабильности внешней среды. Оценка степени нестабильности внешней среды. Шкала нестабильности внешней среды И. Ансоффа и положение в ней различных фирм.

Выбор экономических горизонтов предвидения. Различные подходы к разработке экономической стратегии фирмы в зависимости от степени нестабильности внешней среды фирмы. Основные характеристики нестабильности внешней среды в настоящее время.

## **Тема 3. Теоретические основы разработки стратегии фирмы. Разработка миссии и стратегических целей**

Понятие и основные характеристики экономической стратегии фирмы, стратегической позиции фирмы, миссии фирмы, стратегического видения, стратегического намерения, траектории достижения, стратегического планирования и управления.

Объекты и субъекты стратегического планирования и управления.

Факторы, определяющие стратегию фирмы. Принципы и элементы разработки стратегии.

Подходы к разработке стратегии Чандлера, Портера, Минцберга.

Этапы разработки и реализации стратегии фирмы, их основные характеристики.

Непрерывность стратегического планирования и управления.

. Определение сферы и миссии бизнеса, формулирование миссии организации.

Стратегические цели организации, основные требования к их установлению.

Приоритеты в иерархии целей, согласованность по вертикали и горизонтали, временные интервалы целей и их измеримость, достижимость, ресурсная и организационная обеспеченность.

Основные направления формулирования целей: цели развития, финансовые оценки, производительность, маркетинг, кадровые цели, социальные цели. Необходимость постановки целей на всех управленческих уровнях.

Управление по целям. Критерии оценки целей.

## **Тема 4. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность организации.**

Понятие современной конкуренции. Стратегия и конкуренция.

Понятие сравнительного и конкурентного преимущества, их роль и значение в разработке стратегии фирмы.

Уровни формирования конкурентных преимуществ: страновой, отраслевой, территориальной фирмы, продукции и услуг.

Виды конкурентных преимуществ. Устойчивость конкурентных преимуществ.

Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Подходы к формированию конкурентоспособности.

Понятие ключевой компетенции. Ключевые компетенции – основа конкурентного преимущества фирмы. Фирма как портфель ключевых компетенций.

Трансформация понятия конкурентоспособности в цифровой экономике.

### **Тема 5. Анализ внешней среды организации**

Стратегия как заблаговременное приспособление фирмы к возможному совокупному изменению факторов внешней среды.

Типы внешней среды и основные факторы влияния. Макро- и микроокружение фирмы, различный характер влияния на организацию, значение для разработки стратегии. Цели анализа внешней среды. Подходы к анализу внешней среды. Анализ макроокружения (среда косвенного воздействия) - STEP-анализ: экономический, правовой, технологический, социокультурный и политический аспекты внешнего окружения. Выявление факторов макросреды, представляющих угрозу для развития фирмы в будущем, а также новые возможности.

Микроокружение фирмы (среда непосредственного влияния): потребители, конкуренты, поставщики, товары-заменители, региональные и муниципальные органы, местное сообщество, союзы и ассоциации, акционеры. Оценка степени ресурсной зависимости, установление баланса сил, выявление направлений изменения баланса сил.

### **Тема 6. Стратегический анализ**

Сущность и назначение стратегического анализа. Выявление и анализ факторов, влияющих на формирование стратегии. Сценарный подход к анализу.

Виды стратегического анализа: анализ изменения факторов макросреды, STEP-анализ, «детерминанты» национального ромба, анализ цепочки создания ценности: выявление потерь и факторов влияния; отраслевой конкурентный анализ, анализ конкурентоспособности фирмы, анализ конкурентоспособности продукции.

### **Тема 7. Отраслевой конкурентный анализ**

Конкурентный потенциал предприятий различных отраслей. Основные характеристики отрасли, определяющие конкурентоспособность фирм.

Инструменты конкурентного анализа положения фирмы в отрасли: анализ пяти сил конкуренции Портера, анализ основных экономических характеристик отрасли, анализ движущих сил развития в отрасли, анализ ключевых факторов успеха, карта стратегических групп влияния.

Общая оценка конкурентной привлекательности отрасли.

### **Тема 8. Конкурентный анализ фирмы. Анализ внутренней среды организации**

#### **Анализ внутренней среды организации**

Понятие конкурентоспособности фирмы. Факторы, ее определяющие. Конкурентоспособность продукции и услуг фирмы.

Цели и направления анализа внутренней среды предприятия.

Анализ организационных возможностей: система планирования; организационная структура; тип, уровень централизации, распределение ответственности и полномочий; система контроля. Анализ маркетингового потенциала предприятия: сегментация рынка, продуктовая стратегия, ценовая политика, системы продвижения и распределения товаров и услуг. Анализ кадрового потенциала предприятия: трудовые отношения, способности руководителей, система подготовки персонала и т.п. Анализ производственного потенциала предприятия: производственные мощности, уровень технологии, управление запасами и т.п.

Анализ финансового состояния предприятия: уровень рентабельности инвестиций, капитала, инвестиционные возможности. Методы и техника анализа внутренней и внешней среды. Формулирование стратегических проблем.

Анализ внутрифирменной цепочки создания ценностей.

Выявление и оценка ключевых компетенций фирмы.

Выявление сильных и слабых сторон фирмы. Бенчмаркинг фирмы.

Проведение SWOT-анализа.

### **Тема 9. Интеграция, как новое направление конкурентоспособности фирм. Виды и направления интеграции**

Современная фирма, как интеграционный союз. Возможности повышения конкурентоспособности фирмы за счет интеграции: вертикальной, горизонтальной, территориальной, с государственными структурами, любыми участниками рынка. Экономика совместного использования. Краудтехнологии. Сервисная модель бизнеса. Виды и направления интеграции.

### **Тема 10. Стратегические альянсы**

Понятие стратегического альянса. Причины создания. Цели стратегических альянсов. Эффективность и производительность партнерских образований.

Характерные особенности альянсов: партнерские отношения внутри альянса, построенные на диалоге, конфликт интересов, и компромиссы их достижений, специфика управления. Воздействие партнерских сетей на организацию производства и конкурентную среду.

Стратегические альянсы как конкурентная стратегия. Стратегические последствия создания альянсов. Выгоды и риски стратегических альянсов. Альянсы и границы компаний: значение теории транзакционных издержек. Альянсы: обучение и соперничество между партнерами.

Виды стратегических альянсов: партнерства не конкурирующих фирм (вертикальные партнерские отношения, межотраслевые соглашения, транснациональные совместные предприятия), альянсы фирм-конкурентов (интеграционные альянсы, псевдоконцентрационные альянсы, комплиментарные альянсы).

### **Тема 11. Виды стратегий.**

Типы стратегий фирмы: корпоративная, деловая, функциональная. Корпоративные стратегические альтернативы: лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование, снижение издержек за счет фокусирования. Факторы их обеспечивающие.

Деловые стратегии бизнеса: концентрированного роста (интенсификации усилий на рынке, развитие рынка, развитие продукта), интегрированного роста (обратной вертикальной интеграции, вперед идущей вертикальной интеграции, горизонтальной интеграции), диверсификации (связанная диверсификация, горизонтальная диверсификация, несвязанная диверсификация), целенаправленного сокращения (ликвидация, «сбор урожая», отсечение лишнего, сокращение расходов).

Стратегии хозяйственных единиц и функциональные стратегии.

### **Тема.12. Стратегия «голубого океана»**

Стратегия «голубого океана». Специфика обеспечения конкурентоспособности. Сущность и основные принципы построения. Стратегическая канва фирмы. Компании-«газели».

### **Тема 13. Согласование выбранной стратегии с динамикой роста рынка, структурой конкурентной среды и положением в ней компании.**

Конкурентные стратегии в рамках отрасли и межотраслевые.

Конкурентные стратегии в зарождающихся отраслях. Конкурентные стратегии в зрелых отраслях. Конкурентные стратегии в затухающих отраслях. Конкурентные

стратегии в фрагментарных отраслях. Конкурентные стратегии на международных рынках.

Корпоративные стратегии. Горизонтальные стратегии, формирование взаимосвязей.

Применение наступательной и оборонительной конкурентных стратегий. Подходы для реализации стратегии лидеров отрасли, для компаний- преследователей лидеров, для средних компаний, для слабых бизнесов.

#### **Тема 14. Методическое обеспечение планирования стратегий.**

Базовые подходы к планированию стратегий. Анализ портфеля. Понятие стратегических зон хозяйствования (СЗХ), группы стратегического влияния (ГСВ). Факторы выбора стратегии (риск, прошлая стратегия, реакция на владельца, фактор времени и т.п.).

Методы анализа и выбора стратегий: портфельный анализ, матрица Бостонской консультативной группы, матрица «Дженерал Электрик», матрица «Жизненный цикл-стратегия», матрица возможностей по товарам и рынкам, матрица «привлекательность – конкурентоспособность», стратегии успеха на разных фазах жизненного цикла спроса, матрица "МакКинзи", "деловой экран", упрощенный анализ набора СЗХ, метод управления стратегическим набором, методы выбора новых СЗХ, методы анализа и прогнозирования среды.

#### **Тема 15. Система сбалансированных показателей**

Система сбалансированных показателей (ССП) – как основа реализации стратегии. Проекция СПП. Взаимосвязь показателей эффективности. Причинно-следственная цепочка стратегических целей компании.

Процесс декомпозиции/каскадирования стратегии.

Стратегическая карта компании. Счетные карты.

Разработка системы мотивации на основе СПП с учетом эффективности реализации стратегических альтернатив. Матрица стратегических инициатив.

Методика стратегического управления на основе СПП. Создание стратегической карты.

Матрица стратегических инициатив. Ключевые показатели эффективности.

Критические факторы успеха внедрения СПП.

#### **Тема 16. Реализация стратегии. Стратегический контроль. Организационный аспект разработки стратегии.**

Разработка функциональных и операционных стратегий. Разработка плана реализации стратегии. Стратегический маркетинг.

Разработка политики и процедур реализации стратегии. Приведение сметы и штатов в соответствие с выбранной стратегией. Организация системы коммуникаций и информационного обеспечения стратегии. Создание поддерживающих систем реализации. Разработка систем мотивации, способствующих реализации стратегии. Управление человеческими ресурсами. Реализация стратегии и оценка результатов.

Стратегические изменения. Индивидуальное и групповое сопротивление изменениям, его преодоление. Управление конфликтами.

Понятие и принципы стратегического контроля. Значение контроля в управлении реализацией стратегий; формы управления реализацией, состав и содержание основных блоков.

Управление стратегическими задачами (стратегическое регулирование по сильным сигналам): выявление задач; оценка последствий решений и срочности реакций; дискретность управления; поведенческие факторы. Методика использования слабых сигналов: их выявление и оценка влияния, динамика реакций и выбор вариантов решения. Реакция на неожиданные изменения, поведение как ответная реакция.



Стратегическая коррекция. Управленческие информационные системы в стратегическом контроле.

### Тема 17. Управление изменениями

Стратегические изменения. Индивидуальное и групповое сопротивление изменениям, его преодоление. Модели управления изменениями К. Левина., Коттера - Коуэна.

Управление знаниями. Самообучающаяся организация.

#### 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела, подраздела, темы	Всего часов	Всего Аудиторных часов	В том числе		Самост. Работа
				лекции	Семинары и практ. занятия	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Тема 1. Исторические предпосылки необходимости разработки стратегии фирмы. Эволюция теоретических концепций стратегического планирования и управления	4	2	2	-	2
2.	Тема 2. Нестабильность внешней среды. Горизонты предвидения	4	2	-	2	2
3.	Тема 3. Теоретические основы разработки стратегии фирмы. Разработка миссии и стратегических целей	8	3	1	2	5
4.	Тема 4. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность организации.	14	4	2	2	10
5.	Тема 5. Анализ внешней среды организации	8	3	1	2	5
6.	Тема 6. Стратегический анализ	8	3	1	2	5
7.	Тема 7. Отраслевой конкурентный анализ	8	3	1	2	5
8.	Тема 8. Конкурентный анализ фирмы. Анализ внутренней среды организации	10	3	1	2	7
9.	Тема 9. Интеграция, как новое направление конкурентоспособности фирм. Виды и направления интеграции	12	4	2	2	8
10.	Тема 10. Стратегические альянсы	8	2	-	2	6
	Тема 11. Виды стратегий.	12	6	2	4	6
11.	Тема 12. Стратегия «голубого океана»	8	3	1	2	5
12.	Тема 13. Согласование выбранной стратегии с динамикой роста рынка, структурой конкурентной среды и положением в ней компании	8	2	-	2	6
13.	Тема 14. Методическое обеспечение планирования стратегий.	8	3	1	2	5
14.	Тема 15. Система сбалансированных показателей	8	2	-	2	6
15.	Тема 16. Реализация стратегии. Стратегический контроль	8	3	1	2	5
16.	Тема 17. Управление изменениями	8	3	1	2	5
	Итого:	144	51	17	34	93

**Описание интерактивных занятий**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тема интерактивного занятия	Вид занятия	Трудоемкость, час
1.	Раздел I.	Тема. Разработка миссии фирмы	Анализ миссий конкретных компаний	2
2	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 4. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность организации.	Кейс «Бой раковым шейкам»	2
3	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 5. Анализ внешней среды организации	Кейс «Обреченное сотрудничество»	2
4	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 6. Стратегический анализ	STEP и SWOT-анализ компании MacDonaldis.	2
5	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 7. Отраслевой конкурентный анализ	КФУ различных отраслей. Кейс «Рынок каучука не резиновый»	2 2
6	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 8. Конкурентный анализ фирмы	Сравнительный конкурентный анализ деятельности МТС, Билайн, Мегафон.	2
7	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 10. Стратегические альянсы	Виды и возможности альянсов на примере конкретных компаний	2
	Раздел III. Разработка экономической стратегии фирмы	Тема 11. Виды стратегий.	1.Подбор соответствующих бизнес-стратегий и базисных стратегий. Кейс «Ремнем или пряником» 2.Стратегический путь NOKIA	2 2 2
8	Раздел III. Разработка экономической стратегии фирмы	Тема 12. Стратегия голубого океана	Стратегическая канва компании Inditex Grupp.	2
9	Раздел III. Разработка экономической стратегии фирмы	Тема 13. Методическое обеспечение планирования стратегий.	Использование методических подходов к планированию и выбору стратегий на примере конкретных ситуаций.	2
10	Раздел IV Реализация стратегии	Управление изменениями	Кейс «Корпорация Тревис»	2

**6. Лабораторный практикум**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость (часы/зачетные единицы)
...	не предусмотрен		

## 7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Трудо-емкость в час.
1.	Раздел I. Теоретические основы разработки экономической стратегии фирмы	Тема 1. Исторические предпосылки необходимости разработки стратегии фирмы. Эволюция теоретических концепций стратегического планирования и управления	2
		Тема 2. Нестабильность внешней среды. Горизонты предвидения	2
		Тема 3 Теоретические основы разработки стратегии фирмы. Разработка миссии и стратегических целей	2
		Тема 4. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность организации.	2
2.	Раздел II. Методология стратегического и конкурентного анализа	Тема 5. Анализ внешней среды организации	2
		Тема 6. Стратегический анализ	2
		Тема 7. Отраслевой конкурентный анализ	2
		Тема 8. Конкурентный анализ фирмы. Анализ внутренней среды организации	2
		Тема 9. Интеграция, как новое направление конкурентоспособности фирм. Виды интеграции.	4
		Тема 10. Стратегические альянсы	2
3	Раздел III. Разработка экономической стратегии фирмы	Тема 11. Виды стратегий.	2
		Тема 12. Стратегия «голубого океана»	2
		Тема 13. Согласование выбранной стратегии с динамикой роста рынка, структурой конкурентной среды и положением в ней компании	2
		Тема 14. Методическое обеспечение планирования стратегий.	2
		Тема 15. Система сбалансированных показателей	2
		Тема 16. Реализация стратегии. Стратегический контроль	2
		Тема 17. Управление изменениями.	2
4	Раздел IV Реализация стратегии		

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

–учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах);

–доска;

–стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office;

–мультимедийный проектор;

–допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор;

–экран (стационарный или переносной напольный).

№ ауд.	Наименование	Наименование
17	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор – 2 шт., звуковая трибуна – 1 шт., экран – 2 шт.
101	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор – 2 шт., звуковая трибуна – 1 шт., экран -2 шт.
Конф.зал	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор – 1 шт., звуковое оборудование

## 9. Информационное обеспечение дисциплины

ОС MS Windows ( XP и выше), MS Office 2007.

*Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы*

1. Сайт библиотеки РУДН – Режим доступа: <http://lib.rudn.ru/> - со стационарных компьютеров РУДН
2. [Университетская библиотека ONLINE](http://www.biblioclub.ru/) – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
3. [LexisNexis](http://www.lexisnexis.com/hottopics/lnacademic/). – Режим доступа: <http://www.lexisnexis.com/hottopics/lnacademic/>?
4. Книжные коллекции издательства [SPRINGER](http://www.springerlink.com). – Режим доступа: [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)
5. [Вестник РУДН](http://www.elibrary.ru/defaultx.asp) – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
6. [Columbia International Affairs Online \(CIAO\)](http://www.ciaonet.org/) – Режим доступа: <http://www.ciaonet.org/>
7. Универсальные базы данных [East View](http://online.ebiblioteka.ru/). – Режим доступа: <http://online.ebiblioteka.ru/>
8. Полнотекстовая коллекция российских научных журналов. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru/defaultx.asp) – Режим доступа: [http://elibrary.ru/defaultx.asp?](http://elibrary.ru/defaultx.asp)
9. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников». [Grebennikon](http://grebennikon.ru/). – Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>
10. Международный портал электронных газет общественно-политической тематики. [Library PressDisplay](http://library.pressdisplay.com) – Режим доступа: <http://library.pressdisplay.com>
11. Справочники - отраслевые и страноведческие БД. [Polpred.com](http://www.polpred.com). – Режим доступа: <http://www.polpred.com/>
12. Он-лайн доступ к журналам. Информационная база данных по всем отраслям науки и электронная доставка документов. [SwetsWise](https://www.swetswise.com). – Режим доступа: <https://www.swetswise.com>
13. Журналы [University of Chicago Press Journals](http://www.journals.uchicago.edu/action/showJournals?type=byAlphabet): American Journal of Education. Comparative Education Review. – Режим доступа: <http://www.journals.uchicago.edu/action/showJournals?type=byAlphabet>
14. Книги издательства «Альпина Паблишерз». Актуальная деловая литература. – Режим доступа: [http://www.alpinabook.ru/books/online\\_biblioteka.php](http://www.alpinabook.ru/books/online_biblioteka.php)
15. Электронная библиотека литературы по истории России [BIBLIOPHIKA](http://www.bibliophika.ru/) – Режим доступа: <http://www.bibliophika.ru/>
16. [Электронная библиотека диссертаций РГБ](http://diss.rsl.ru/) – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>

*Поисковые системы:* Яндекс ([yandex.ru](http://yandex.ru)), Google ([google.ru](http://google.ru)).

## 10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

*Обязательная литература*

1. Абрамов В. С., Абрамов С. В. Стратегический менеджмент В 2 частях. Учебник и практикум. \ Гриф УМО ВО - М., Юрайт, ЮРАЙТ 2019. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/strategicheskiy-menedzhment-v-2-chast-1-suschnost-i-soderzhanie-433585>

2. Казакова Н.А. Современный стратегический анализ. 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для магистратуры – М., Юрайт, 2017, 500стр. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/sovremennyy-strategicheskiy-analiz-413109>

*Б) Дополнительная литература*

1. Щербакова Т.С. Методические рекомендации к выполнению курсового проекта. – М., МАКС Пресс, 2017.
2. Александрова А.В. Стратегический менеджмент. Учебник, Серия «Высшее образование». - Инфра-М, 2018
3. Стратегическое управление: Учебник для магистров под ред. И.К. Ларионова - Дашков и К, 2014, 235 с.
4. А.А.Томпсон мл., А.Дж. Стрикленд III Стратегический менеджмент. Пер. с англ. – М., Юнити-Дана, 2012, 577 с.
7. Баженов О.В. Информационное обеспечение стратегического менеджмента: планирование и анализ (на примере предприятий медной промышленности). – М, БИБЛИО-ГЛОБУС, 2013, 216с.
8. Джеффри Мур. Внутри торнадо. Стратегия развития, успех и вживание на гиперрастущих рынках. – Издательство VetBusinessBooks, 2010, 296 стр.
9. Дж. Миддлтон. Библиотека избранных трудов о стратегии бизнеса. Пятьдесят наиболее влиятельных идей всех времен/ Пер. с англ..- М.: Олимп-Бизнес, 2006.
10. Коллинз Джим, Поррес Джерри. Построенные навечно. Успех компаний, обладающих видением. – Издательство Стокгольмская школа экономики в СПб, 2005 г., 320 стр.
11. Каплан Р., Нортон Д. Награда за блестящую реализацию стратегии. Связь стратегии и операционной деятельности - гарантия конкурентного преимущества. – М.: Олимп-Бизнес, 2010 г.
12. Крючков В.Н. Стратегическая Матрица: глубока ли кроличья нора? Монография. –М. Русайнс, 2015, 220 стр.
13. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. – М.: Альпина Паблицер, 2012 г.
14. Лингрен Матс, Бандхольд Ханс. Сценарное планирование. Связь между будущим и стратегией. – М.: Олимп-Бизнес, 2009, 256 стр.
15. Метод McKinsey: Использование техник ведущих стратегических консультантов для себя и своего бизнеса. (4-е издание) - М., Альпина Бизнес Букс, 2007 г.
16. Мур Д. Вторая космическая. Искусство управления и стратегии будущего. -М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012 г.
17. Попов С.А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения. Учебно-практическое пособие. - М., Юрайт, 2017
18. Портер М. Конкурентное преимущество/ Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2010.
19. Рингланд Джим. Сценарное планирование для разработки бизнес-стратегии. – Издательство Диалектика Вильямс, 2007 г., 260 стр.
20. Стратегические альянсы. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008 г., 256 стр.
21. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Пер. с англ. – М.: НИРРО, 2010.

*в). Периодическая литература*

1. Журнал «Эксперт», <http://www.expert.ru>
2. Журнал «Секрет фирмы», <http://www.sf-online.ru>
3. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом», <http://dis.ru/manag>
4. Журнал «Top-Manager», <http://www.top-manager.ru>
5. Журнал «Директор-Инфо», <http://www.director-info.ru>
6. Журнал «Реальный бизнес», <http://www.real-business.ru>

7. E-executive – сообщество эффективных менеджеров, <http://e-executive.ru>
8. ITeam.Ru – технологии корпоративного управления, <http://www.iteam.ru>
9. AUP.Ru Административно-Управленческий Портал,
10. Бизнес-образование
11. Вестник McKinsey
12. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент
13. Вопросы статистики
14. Вопросы экономики
15. Деньги и кредит
16. Известия СПбГУЭФ
17. Компания
18. Маркетинг
19. Маркетинг в России и за рубежом
20. Маркетинг в России и за рубежом
21. Маркетинг и маркетинговые исследования
22. Маркетинг.
23. Менеджмент в России и за рубежом
24. Менеджмент качества
25. Мировая экономика и международные отношения
26. Проблемы теории и практики управления
27. Проблемы теории и практики управления
28. Российский журнал менеджмента
29. Российский экономический журнал
30. Российское предпринимательство
31. Секрет фирмы
32. Стандарты и качество
33. США -Канада: экономика- политика-культура
34. Управление каналами дистрибуции
35. Управление корпоративными финансами
36. Управление персоналом
37. Управление продажами
38. Управление проектами
39. Управление развитием персонала
40. Управление риском
41. Финансовый менеджмент
42. Финансы и бизнес
43. ЭКО (экономика и организация промышленного производства)
44. Экономика и математические методы
45. Экономическая наука современной России
46. Экономический журнал ГУ-ВШЭ
47. Эксперт
48. Academy of Management Executive
49. Academy of Management Journal
50. Academy of Management Review
51. Administrative Science Quarterly
52. American Economic Review
53. California Management Review
54. Entrepreneurship: Theory and Practice
55. Harvard Business Review
56. Harvard Business Review (на русском языке)
57. Journal of Business Ethics
58. Journal of Consumer Research

59. Journal of Financial Economics
60. Journal of International Business Studies
61. Journal of Marketing
62. Journal of Small Business Management
63. Journal of the American Statistical Association
64. Long Range Planning
65. Management International Review
66. Management Science
67. MIS Quarterly
68. MIT Sloan Management Review
69. Organizational Behavior and Human Decision Processes
70. Strategic Management Journal

Г) Интернет - источники

1. [publish.cis200.ru/books/book\\_4/glava4](http://publish.cis200.ru/books/book_4/glava4)
2. [www.789.ru/portal](http://www.789.ru/portal)
3. [www.bci-marketing.ru](http://www.bci-marketing.ru)
4. [www.cfin.ru/press/marceling/2000-5/12.shtml](http://www.cfin.ru/press/marceling/2000-5/12.shtml)
5. [www.dis.ru/market/arhiv/2001/4/11.html](http://www.dis.ru/market/arhiv/2001/4/11.html)
6. [www.finpress.ru/market/arhiv/2003/4/8.html](http://www.finpress.ru/market/arhiv/2003/4/8.html)
7. [www.iape.ru](http://www.iape.ru)
8. [www.marketing.spb.ru/read/m3/6.htm](http://www.marketing.spb.ru/read/m3/6.htm)
9. [www.marketing.spb.ru/real/m19/](http://www.marketing.spb.ru/real/m19/)
10. [www.ngv.ru](http://www.ngv.ru)
11. [www.sovrinter.sibdesign.ru/imidzh.htm](http://www.sovrinter.sibdesign.ru/imidzh.htm)
12. [www.sovrinter.sibdesign.ru/imidzh.htm](http://www.sovrinter.sibdesign.ru/imidzh.htm)
13. [www.utmn.ru/library/avtoref/Maicakov.htm](http://www.utmn.ru/library/avtoref/Maicakov.htm)
14. [www.yndex.ru](http://www.yndex.ru)
15. [http://www.componenta.ru/info\\_kons\\_7\\_3\\_2.php](http://www.componenta.ru/info_kons_7_3_2.php)
16. HR Менеджмент – [www.hrm.ru](http://www.hrm.ru)
17. [www.cfin.ru/management/strategy](http://www.cfin.ru/management/strategy)
18. [www.gaap.ru](http://www.gaap.ru)
19. [www.management.edu.ru](http://www.management.edu.ru)
20. [www.mgmt.ru](http://www.mgmt.ru) (сайт журнала Маркетинг-менеджмент)
21. [www.pro-invest.com](http://www.pro-invest.com)
22. [www.strategia.ru](http://www.strategia.ru)
23. [www.top-manager.ru](http://www.top-manager.ru)
24. [www.vestnikmckisey.ru](http://www.vestnikmckisey.ru)
25. Бизнес-словарь- [www.businessvoc.ru](http://www.businessvoc.ru)
26. Журнал «Риск-менеджмент» - [www.riskm.ru](http://www.riskm.ru)
27. Журнал «Управление персоналом» - [www.TOP-PERSONAL.ru](http://www.TOP-PERSONAL.ru)
28. Журнал «Эксперт» - [www.expert.ru](http://www.expert.ru)
29. Институт инвестиционного развития. Дистанционное бизнес-образование на базе Интернет-технологий. - [www.idi.com.ru](http://www.idi.com.ru)
30. Исследования рынков - [www.marketing.rbc.ru](http://www.marketing.rbc.ru)
31. Книги по экономике, финансовому менеджменту, бюджетированию - [www.smartcat.ru](http://www.smartcat.ru)
32. Корпоративный менеджмент, <http://www.cfin.ru>
33. Маркетинг Менеджмент – [www.mgmt.ru](http://www.mgmt.ru)
34. Маркетинговые исследования - [www.RomirMonitoring.ru](http://www.RomirMonitoring.ru)
35. Новый менеджмент – [www.new-management.info](http://www.new-management.info)
36. Отраслевые обзоры, исследования, аналитика - [www.vedomosti.ru/research/](http://www.vedomosti.ru/research/)
37. Российский журнал менеджмента – [www.rjm.ru](http://www.rjm.ru)

38. Сайт дистанционного образования «эльтариум», раздел «Стратегический менеджмент» журнал «Стратегический менеджмент»/-[www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru)[www.grebennikoff.ru/product/36](http://www.grebennikoff.ru/product/36)
39. Сайт исследовательско-консультационной фирмы «АЛЪТ», раздел «Библиотека» - [www.altrc.ru/?p=libr](http://www.altrc.ru/?p=libr)
40. Сайт компании UFGmanagement -[www.bbest.ru/strproc/strategia](http://www.bbest.ru/strproc/strategia)
41. Сайт консалтинговой компании БИГ- Бизнес Инжиниринг Групп) Раздел публикации – стратегическое управление -[www.orgmaster.ru](http://www.orgmaster.ru)
42. Сайт Российского журнала менеджмента – СПб - [www.rjm.ru](http://www.rjm.ru)
43. Система комплексного раскрытия информации о финансовом состоянии компании – эмитентов ценных бумаг - [www.skrin.ru](http://www.skrin.ru)
44. Система профессионального анализа рынков и компаний - [www.spark.interfax.ru](http://www.spark.interfax.ru)
45. Сообщество менеджеров – [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru)
46. Справочник компаний и организаций- [www.vedomosti.ru/companies/a-z/](http://www.vedomosti.ru/companies/a-z/)
47. Терминология менеджмента - [www.glossary.ru](http://www.glossary.ru)
48. Тестирование национального делового партнерства «Альянс Медиа»// <http://www.businessstest.ru/about.asp>
49. Технологии корпоративного управления - [www.iteam.ru](http://www.iteam.ru)
50. Федеральный образовательный портал – экономика, социология, менеджмент. – [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
51. Электронные книги: менеджмент и управление предприятием – [www.aup.ru](http://www.aup.ru)

#### **11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:**

Обучение по дисциплине «Экономическая стратегия курса включает аудиторные занятия (лекции и практические занятия) и самостоятельную работу студентов. Аудиторные занятия предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции:

- изучение материалов предыдущей лекции;
- ознакомление со следующей темой по учебным материалам по учебнику и учебным пособиям;
- возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- изучение материалов лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомление с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- ответы на контрольные вопросы к семинарским занятиям;

Самостоятельная работа – вид индивидуальной деятельности студента, основанный на собственных познавательных ресурсах. Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научной литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения курса «Экономическая стратегия фирмы», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному анализу и изложению полученной информации.

Основными формами самостоятельной работы студентов являются:

- изучение учебной и дополнительной литературы по курсу, работа с электронными носителями информации во внеаудиторных условиях при подготовке к аудиторным занятиям (семинарам и практическим занятиям).
- подготовка рефератов, докладов, презентаций по отдельным темам программы. Целью написания рефератов является углубленное изучение студентом отдельных тем дисциплины.
- написание курсовой работы (на примере отраслевого рынка на основе практик работы конкретных компаний). Целью выполнения курсовой работы является привитие студентам навыков самостоятельной работы над литературными источниками и опубликованной практикой, с тем, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты



могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом. Требования к написанию курсовой работы изложены в Щербакова в Методических указаниях к выполнению курсового проекта по дисциплине «Экономическая стратегия фирмы» Щербакова Т.С., 2017г.

Самостоятельное решение задач, тестовых заданий, кейсов и ситуационных задач, подготовка к рубежным и итоговым аттестациям.

Основной формой контроля за самостоятельной работой студентов являются семинарские (практические) занятия, промежуточная аттестация, а также еженедельные консультации преподавателя.

Текущий контроль предназначен для проверки хода качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий, проводится в ходе всех видов занятий в форме, избранной преподавателем.

**Итоговой формой** контроля является письменный экзамен в виде тестирования, проводимый в период экзаменационной сессии.

итоговая оценка определяется суммой баллов, полученных студентом за различные виды работы в период обучения.

### Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине Экономическая стратегия фирмы

Балльно-рейтинговая система оценки знаний, шкала оценок

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)
69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Зачет	Passed

Соответствие систем оценок

(используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости)

Количество	Оценка	Неудовлетворит.		Удовлетворительн		Хорошо	Отлично	
	Оценка ECTS	F(2)	FX (2+)	E(3)	D(3+)	C (4)	B (5)	A (5+)
	Максимальная сумма баллов							
3	100	менее 30	31-50	51-60	61-68	69-85	86-94	95-100

Описание оценок ECTS:

A ("Отлично") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все

предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

В ("Очень хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.

С ("Хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом Баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Д ("Удовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Е ("Посредственно") - теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

FX ("Условно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий

F ("Безусловно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

## Примерный вариант тестов для промежуточной аттестации

### 1. Разработка стратегии направлено на

- a. разработку миссии компании
- b. реструктуризацию бизнеса, оптимизацию бизнес-процессов и эффективное управление ресурсами, имеющимися в наличии
- c. определение будущего состояния компании и альтернатив его достижения
- d. системы целей и конкретных показателей деятельности

### 2. Стратегия фирмы

- a. задает направление развитию бизнеса, развивает конкурентное преимущество компании
- b. характеризует организацию, формируя более чёткое представление о ней у самих сотрудников и у субъектов внешнего окружения
- c. складывает деятельность отдельных сотрудников в целостную картину реализации миссии компании
- d. все вышеперечисленное

### 3. Что является критерием успеха деловой стратегии?

- a. достижение ощутимого и стабильного конкурентного преимущества
- b. высокий доход компании
- c. снижение издержек
- d. увеличение производительности

### 4. Об «устаревании» стратегии свидетельствует

- a. падение чистой прибыли, увольнение ключевых сотрудников
- b. изменение структуры производства и издержек, конфликты в топ-менеджменте,
- c. разрыв роста, «непопадание» инноваций, стратегические «прорывы» конкурентов

### 5. Миссия – это ...

- a. элемент корпоративной культуры компании
- b. краткая формулировка роли компании на рынке
- c. квинтэссенция смысла существования компании
- d. все ответы верны

### 6. Миссия компании и видение бизнеса необходимы

- a. для того, чтобы отличать одну компанию от другой
- b. для пиара компании
- c. для общего понимания предназначения и перспектив компании, транслируемого клиентам и сотрудникам компании

### 7. Если отказаться от разработки стратегии организации, то:

- a. компания гарантированно пойдёт ко дну в течение двух лет
- b. малая, или средних размеров стабильная компания ничего не потеряет, а вот для крупной организации стратегия действительно имеет какое-то значение
- c. для компаний, работающих в незначительно меняющихся условиях внешней среды ничего не произойдет, а в условиях высокой нестабильности – результаты могут быть плачевными
- d. ничего не произойдёт, так как наличие или отсутствие разработанной стратегии никак не влияет на развитие компании

### 8. Должна ли компания оперативно реагировать на изменения условий на рынке?

- a. прежде всего необходимо контролировать долю рынка
- b. да, а также изменять свою стратегию в соответствии с ними

- c. стратегическое планирование не позволяет быстро реагировать на изменения
  - d. в зависимости от характера и возможных последствий изменений
- 9. Конкурентоспособность фирмы обуславливаются**
- a. Детерминантами странового ромба
  - b. Конкурентными преимуществами отрасли
  - c. Конкурентными преимуществами фирмы
  - d. Конкурентными преимуществами продукции, услуг.
- 10. Какова логика формализованной разработки стратегии?**
- a. импульс извне, анализ проблемы, разработка стратегии, план реализации
  - b. стратегический анализ, определение целей, разработка стратегических альтернатив, выбор оптимальной стратегии;
  - c. идея руководителя, определение целей, обсуждение возможности разработки стратегии, принятие стратегии, разработка плана реализации
- 11. Как соотносятся цели и миссия?**
- a. цели формулируются после миссии и в соответствии с ней
  - b. миссия – это конкретизация цели
  - c. миссия – первая, качественная часть цели, которая дополняется количественной;
  - d. миссия и цели не связаны между собой
- 12. Сценарный подход к разработке стратегии заключается в**
- a. Разработке альтернативных стратегий развития
  - b. Разработке сценариев развития факторов внешней среды
  - c. Анализе влияния факторов внешней среды и выработке реагирований на возможное сочетание изменений факторов среды
- 13. Альтернативные стратегии – это**
- a. стратегии, ведущие к одной цели разными путями
  - b. стратегии, ведущие к разным целям одним путём
  - c. стратегии, ведущие к разным целям разными путями
  - d. варианты стратегии, отсеянные в процессе выбора основной стратегии компании
- 14. Альтернативные стратегии могут формулироваться**
- a. руководителем компании
  - b. специалистами и приглашёнными консультантами
  - c. руководством компании согласовано с сотрудниками компании
  - d. все ответы верны
- 15. Компания, имеющая одиночный бизнес, разрабатывает**
- a. корпоративную, деловую, функциональную, операционную стратегию
  - b. деловую, функциональную, операционную стратегию
  - c. функциональную, операционную стратегию
- 16. В качестве корпоративных стратегий Портер выделяет:**
- a. стратегии снижения издержек, дифференциации, фокусирования
  - b. стратегии лидеров, последователей и аутсайдеров
  - c. стратегии концентрированного, интегрированного и диверсифицированного роста
- 17. Стратегия лидерства в издержках**
- a. основывается на организации массового производства
  - b. основывается на организации работы по заказам потребителей
  - c. подходит для любой организации производства
- 18. Стратегия дифференциации в первую очередь предполагает**

- a. специализацию компании на сфере услуг
- b. стремление компании занять узкую нишу на рынке
- c. увеличение разнообразия характеристик и выпускаемых продуктов

**19. Какой тип стратегии роста реализуется за счёт внешних ресурсов?**

- a. Концентрированного роста
- b. Интегрированного роста
- c. Диверсифицированного роста

**20. Какая стратегия относится к плану управления текущей деятельностью компании?**

- a. корпоративная стратегия
- b. деловая стратегия
- c. функциональная стратегия
- d. операционная стратегия

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН

**Разработчики:**

Доцент кафедры

«Национальной экономики», к.э.н.

Щербакова Т.С.

**Заведующий кафедрой**

«Национальная экономика», д.э.н., прф.

Мосейкин Ю.Н.

**Руководитель программы**, д.э.н., прф

Нежникова Е.В.

**Рабочая программа учебной дисциплины рекомендована к утверждению представителем организации-работодателя:**

**ООО «Астахов, Хорошев, Зайнуллин и партнеры»  
директор Зайнуллин С.Б.**

**Генеральный**