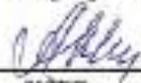


Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Зав. кафедрой

Мен. ФЭУ



Свердловская кафедра

А.Н. Чаплина

на месте,

подпись, фамилия

* 19 * декабря 2017 г.

Торгово-экономический институт

кафедра менеджмента

Кафедра менеджмента

в кафедре, реализующей дисциплину

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю)

Б1.В.ОД.4.1

ведение и планирование дисциплины (модуля)

Стратегическое управление бизнесом

для преподавания (на русском и иностранном языках) для реализации по миссионерскому курсу) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом

Направление подготовки/специальность

38.04.02 Менеджмент

менеджмент и информационные технологии в подготовке/специальности

Направленность (профиль)

38.04.02.16 *Стратегическое управление*

менеджмент и информационные технологии (профиль)

Красноярск, 2017 г.

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей и критериев оценивания компетенций

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений и навыков содержатся в разделе 1.3 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования» рабочей программы дисциплины Б1.В.ОД.4.1 «Стратегическое управление бизнесом».

Показателями оценивания компетенций являются наиболее значимые знания, умения и владения, которые формирует данная дисциплина.

Курс	Семестр	Код и содержание компетенции	Результаты обучения (компоненты компетенции)	Оценочные средства
1	2	ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: теоретические основы стратегического управления в условиях неопределенности организационной среды Уметь: находить нестандартные решения стратегических изменений, анализировать и оценивать эффективность принятых решений Владеть: навыками разработки и реализации стратегических решений в условиях риска и неопределенности среды	Тест, кейс-задача, коллоквиум, курсовой проект, экзамен
1	2	ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: основы трудового законодательства, концепцию сравнительного менеджмента в управлении бизнес-процессами организации Уметь: создавать эффективные управленческие команды, учитывая культурные, этнические и др. различия персонала Владеть: навыками эффективного управления персоналом при реструктуризации бизнес-процессов	Тест, кейс-задача, коллоквиум, курсовой проект, экзамен

1	2	ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: теоретические основы стратегического управления, методологию разработки стратегических изменений Уметь: разрабатывать корпоративные стратегии, программы организационного развития и изменений, обеспечивать их реализацию Владеть: навыками стратегического мышления, гибкого изменения стратегических программ с учетом неопределенности организационной среды	Тест, кейс-задача, коллоквиум, курсовой проект, экзамен
1	2	СПК-4 умением определять цели, функции, задачи стратегического управления, а также количественные и качественные характеристики системы управления	Знать: теоретические основы стратегического управления, методы анализа систем управления Уметь: проводить стратегические исследования систем управления, оценки показателей характеристик деятельности предприятия Владеть: навыками проведения диагностики системы управления, фиксации и интерпретации полученных результатов	Тест, кейс-задача, коллоквиум, курсовой проект, экзамен
1	2	СПК-8 способностью применять умения и навыки проведения проектного анализа и обоснования целесообразности проекта с учетом программы организационных изменений и управлять локальным сопротивлением изменениям при реализации стратегии	Знать: теоретические основы проведения изменений в организации в стратегическом управлении Уметь: проводить проектный анализ, разрабатывать программы проведения изменений в соответствии со стратегическим выбором Владеть: навыками проведения изменений в организации для реализации стратегии, методами снижения сопротивления в организации	Тест, кейс-задача, коллоквиум, курсовой проект, экзамен

1	2	СПК-9 умением использовать и развивать инновационный потенциал предприятия, владеть методами принятия стратегических решений в управлении и повышении конкурентоспособности предприятий	Знать: инновационные методики внедрения организационных изменений на предприятии для обеспечения его конкурентоспособности Уметь: разрабатывать модели внедрения инновационных решений, оценки их эффективности Владеть: навыками разработки инновационных программ повышения конкурентоспособности организации	Тест, кейс-задача, коллоквиум, курсовой проект, экзамен
---	---	--	--	---

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки владений, умений, знаний, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы с описанием шкал оценивания и методическими материалами, определяющими процедуру оценивания.

2.1 Комплект заданий для тестовых вопросов

- 1 *Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей:*
 - а) стратегический план
 - б) стратегия организации
 - в) стратегическая программа
 - г) стратегическое управление
- 2 *Процесс, определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегии:*
 - а) стратегический план
 - б) стратегия организации
 - в) стратегическая программа
 - г) стратегическое управление
3. *Этапы процесса стратегического планирования:*
 - а) миссия и цели
 - б) анализ внешней среды
 - в) анализ сильных и слабых сторон
 - г) оценка стратегии
 - д) анализ альтернатив и выбор стратегии
 - е) управление реализацией стратегии
- 4 *Доминантные понятия стратегического управления:*
 - а) стратегия
 - б) конкурентоспособность
 - в) потенциал
 - г) миссия и цели
 - д) организационная среда
 - е) персонал управления
- 5 *Способность организации вести успешную конкурентную борьбу и*

- противостоять ей:*
- а) стратегия
 - б) конкурентоспособность
 - в) потенциал
 - г) миссия и цели
 - д) организационная среда
 - е) персонал управления
6. *Совокупность ресурсов организации по выпуску продукции:*
- а) стратегия
 - б) конкурентоспособность
 - в) потенциал
 - г) миссия и цели
 - д) организационная среда
 - е) персонал управления
7. *Система управленческих решений, определяющих перспективные направления развития организации:*
- а) стратегия
 - б) конкурентоспособность
 - в) потенциал
 - г) миссия и цели
 - д) организационная среда
 - е) персонал управления
8. *Объектами стратегического менеджмента являются:*
- а) организация
 - б) поставщики
 - в) конкуренты
 - г) потребители
 - д) стратегическая зона хозяйствования
 - е) функциональные зоны организации
9. *Направления современного развития стратегического управления:*
- а) стратегическое планирование
 - б) регулярное стратегическое управление
 - в) управление, направленное на перспективу
 - г) стратегическим управлением в реальном масштабе времени
10. *Цель организации, детализирующая общественный статус организации и создающая ориентиры фирмы для определения стратегий на различных уровнях управления:*
- а) миссия
 - б) генеральная цель
 - в) функциональная цель
 - г) стратегическая задача
 - д) мероприятие
 - е) видение
11. *Целевой ориентир, связанный с предстоящим событием, которое может повлиять на способность организации достичь поставленных целей:*
- а) миссия
 - б) генеральная цель
 - в) функциональная цель
 - г) стратегическая задача
 - д) мероприятие
 - е) видение
12. *Целевой ориентир, представляющий собой идеальное представление, желаемый образ организации, комплексное осмысление событий и стратегической ситуации будущего:*
- а) миссия
 - б) генеральная цель
 - в) функциональная цель
 - г) стратегическая задача
 - д) мероприятие
 - е) видение
13. *Методы, используемые на этапе определения миссии и целей организации:*

- а) дерево целей
б) СТЭП-анализ
в) GAP-анализ
- г) матрица ADL
д) матрица БКГ
е) SWOT-анализ
14. *Функциональная цель организации, предполагающая увеличение объема продаж в натуральном и в стоимостном выражении:*
а) организационная цель
б) рыночная цель
в) производственная цель
г) финансовая цель
д) цель НИОКР
е) маркетинговая цель
15. *Функциональная цель организации, включающая в себя все, что необходимо для достижения рыночных целей предприятия (за исключением организационных ресурсов):*
а) организационная цель
б) рыночная цель
в) производственная цель
г) финансовая цель
д) цель НИОКР
е) маркетинговая цель
16. *Стратегия организации, предполагающая работу на новой рынке с новой продукцией:*
а) улучшай то, что делаешь
б) расширение рынка сбыта
в) расширение ассортимента
г) диверсификация
17. *Конкурентная стратегия, предполагающая реализацию широкой цели организации с наименьшими затратами:*
а) лидерство за счет экономии на издержках
б) фокусированное лидерство по издержкам
в) дифференциация товара
г) сфокусированная дифференциация
18. *Конкурентная стратегия, предполагающая реализацию широкой цели организации за счет формирования неповторимых свойств товара:*
а) лидерство за счет экономии на издержках
б) фокусированное лидерство по издержкам
в) дифференциация товара
г) сфокусированная дифференциация
19. *Конкурентная стратегия, предполагающая реализацию узкой цели организации с наименьшими затратами:*
а) лидерство за счет экономии на издержках
б) фокусированное лидерство по издержкам
в) дифференциация товара
г) сфокусированная дифференциация
20. *Конкурентная стратегия, предполагающая реализацию узкой цели организации за счет формирования неповторимых свойств товара:*
а) лидерство за счет экономии на издержках
б) фокусированное лидерство по издержкам
в) дифференциация товара
г) сфокусированная дифференциация

Методические рекомендации к решению тестовых вопросов:

В рамках учебного процесса необходимо решить тест, позволяющий определить уровень знания и понимания пройденной темы. Тест состоит из 20 вопросов, каждый вопрос необходимо до конца прочитать и из представленных вариантов ответов выбрать верный.

Критерии оценивания: Каждый правильно решенный тестовый вопрос приравнивается 1 баллу. Максимальное количество баллов равно 20, проходной балл равен 13.

2.2 Комплект кейс - задач

Кейс «Недетский выбор»

Туроператор «Ост-Вест» специализируется на детском отдыхе, и основные продажи происходят в летний сезон. Однако в межсезонье персонал загружен мало. Работы можно добавить, развивая новые направления. В пользу какого из них сделать выбор? Компания «Ост-Вест» входит в число пяти крупнейших туроператоров, которые специализируются на детском отдыхе. Она разрабатывает маршруты и программы, заключает договоры с отелями, транспортными и принимающими компаниями, обеспечивает сопровождение групп. Готовый продукт «Ост-Вест» продает через агентскую сеть — 1470 турагентств по всей России, работающих за комиссионные.

Программы детского отдыха приносят компании около 70% оборота (в 2010 году выручка «Ост-Вест» составила 118 млн руб.). Основные объемы продаж в этом бизнесе приходятся на лето. В осенние, весенние, новогодние каникулы, а также на майские праздники спросом пользуются детские экскурсионные туры, но количество групп несравнимо меньше, чем летом (15% зимой против 85% летом). «Рентабельность на массовых направлениях в туризме в лучшем случае достигает 5%, поэтому что-то заработать мы можем только на больших объемах. Зимой же их хватает только на то, чтобы покрыть затраты на содержание детского отдела из шести человек, а сотрудники оказываются недозагруженными», — поясняет генеральный директор компании «Ост-Вест» Зоя Бондарь. Предоставлять сотрудникам в межсезонье оплачиваемые отпуска было бы слишком накладно. Отправлять людей в неоплачиваемые — значит потерять команду и навредить бизнесу. Коллектив формировался долго, но сейчас в компании отличная команда, текучки практически нет. Выход — занять людей в новых направлениях.

Каникулы на воздухе

В 2007 году в компании «Ост-Вест» сменился собственник, и в 2008 году ее возглавила Зоя Бондарь. Новое руководство продолжило развивать те направления, которые и раньше были успешны: детский отдых, а также автобусные туры. «В детском туризме принципиальное значение имеют опыт, репутация, отношения с партнерами. Все это нарабатывается годами. Хорошие

объемы можно получить тоже далеко не сразу. «Ост-Вест» занимается детским отдыхом около 20 лет, мы подхватили это направление и серьезно развили», — рассказывает генеральный директор. Компания предлагает клиентам широкий ассортимент программ — лагеря в Турции, Болгарии, Словакии, Венгрии и Греции, языковые курсы на Мальте. Помимо зарубежного отдыха «Ост-Вест» организует программы в Краснодарском крае, Крыму и Подмосковье. Иностранцы составляют примерно 70% продаж, российские — около 30%. На данный момент зарубежные предложения в большинстве своем выигрывают по соотношению цена—качество.

По словам Бондарь, люди иногда удивляются, почему отдых ребенка обходится дороже, чем путевка взрослого. Но дело в том, что на каждую детскую группу требуется больше персонала: водители, врачи, психологи, аниматоры. Так, на отдых в России компания отправляет группы вместе с сопровождающими (их функции иногда выполняют школьные учителя), а некоторые зарубежные лагеря полностью устраивает сама или совместно с партнерами. «Где-то нам предоставляют только территорию, помещения для проживания, питание и услуги уборки. А мы обеспечиваем персонал для работы с детьми, разрабатываем программы отдыха», — говорит Бондарь. Каждое лето компания нанимает для работы в зарубежных лагерях около 250 человек — это сезонный персонал, большинство из них работает с «Ост-Вест» по несколько лет.

В прошлом году компания отправила в детские оздоровительные лагеря около 5 тыс. детей, а в 2011-м спрос, скорее всего, вырастет на 30% — места активно бронируют уже сейчас. Гендиректор довольна, как развивается этот бизнес-сегмент: детский отдых — стабильное направление, а вероятность, что кто-то сможет потеснить лидеров, невелика. «Многие крупные туроператоры рассматривают детский отдых скорее как второстепенный продукт, он нужен им лишь для увеличения загрузки чартерных рейсов. К тому же организовывать детские туры — дело более хлопотное и нервное, чем для взрослых», — говорит она. В этом случае оператор несет дополнительную юридическую и моральную ответственность, а заработать здесь можно не больше, чем на продаже обычных туров. Летом шесть сотрудников детского отдела работают с полной отдачей. В осенние, весенние и новогодние каникулы они предлагают автобусные туры для детей. Однако в межсезонье количество экскурсионных групп значительно меньше, и сотрудники часто сидят без дела.

Кроме детского отдыха «Ост-Вест» организует автобусные туры для взрослых — этим занимаются еще четыре сотрудника. По ряду стран (Франция, Италия, Чехия, Польша) у компании хорошие предложения и большие объемы продаж. Рынок автобусного туризма также растет, с открытием питерского офиса компания планирует расширить направление и предлагать поездки по Скандинавии. Однако спрос на автобусные туры не имеет сезонности, здесь загрузка равномерная, поэтому перебрасывать сюда временно свободных сотрудников детского отдела, по мнению Бондарь, не имеет смысла.

Зимой и летом одним цветом

«Лучше всего на туристическом рынке себя чувствуют компании, которые имеют сильные позиции как по летним направлениям, так и по зимним. Например, зимой продают Таиланд и Египет, а летом Турцию», — комментирует Зоя. Оптимальное решение для «Ост-Вест» — найти такой же массовый продукт для зимы, каким является детский отдых летом.

Как вариант, можно было бы взять горнолыжные туры. Однако данный сегмент уже прочно оккупировали другие туроператоры, бороться с которыми на основных направлениях горнолыжного отдыха сложно. В то же время Зоя уверена: наличие зарубежных партнеров, с которыми у компании сложились доверительные отношения, может стать основой для развития бизнеса. «Иногда для раскрутки чего-то нового нужно время. Позволить себе действовать стратегически, работая какое-то время в ноль, мы можем только с теми, с кем уверены, что дальше будем развиваться и зарабатывать вместе», — объясняет Зоя.

В частности, прочные отношения у «Ост-Вест» сложились с одной словацкой компанией. Сейчас Словакия продвигает свои горнолыжные курорты в Татрах, здесь строятся подъемники и реконструируются отели. Местные зоны отдыха были популярны у россиян еще до вступления страны в Шенген, но теперь аудиторию предстоит завоевывать заново. Минувшей зимой вместе с другими операторами «Ост-Вест» организовал еженедельный чартер рейс до города Попрада, продавал горнолыжные туры и организовал детский горнолыжный лагерь в Низких Татрах. Но результаты по горнолыжному направлению у компании, по мнению Зои, хуже, чем у конкурентов. «Турагентства, специализирующиеся на этом виде отдыха, не воспринимают нас как горнолыжного оператора, все знают, что мы занимаемся детским отдыхом», — замечает Бондарь.

Ост или вест

Спортивный туризм — еще одно из потенциальных направлений развития туроператора. В прошлом году 15% детей, отправленных на летний отдых, поехали в составе спортивных групп, а течение года компания организовывала спортивные сборы для пловцов, баскетболистов, футболистов, для детей, занимающихся спортивными танцами. У «Ост-Вест» также был опыт организации любительских детских соревнований по каратэ в Турции. Бондарь уверена, что спрос на организацию спортивных сборов и любительских соревнований (как среди детей, так и среди взрослых), а также поездок болельщиков на международные мероприятия, которые проходят круглый год, будет расти. Сейчас, например, компания отправляет туристов на чемпионат мира по хоккею, проходящий в Братиславе и Кошице.

Однако группы, с которыми «Ост-Вест» работает, — либо ее давние клиенты, либо пришли по их рекомендации. Чтобы развивать спортивный туризм, нужно искать дополнительные каналы выхода на целевую аудиторию, давать рекламу. Этим, похоже, никто пока серьезно не занимался на туристическом рынке, и, как подступиться к вопросу, пока не очень понятно.

Спортивный туризм неплохо развит за рубежом, в России же у «Ост-Вест» есть шансы стать одними из первых.

Другой перспективный путь — набирающий популярность оздоровительный и лечебный туризм. Для партнеров из Восточной Европы, с которой «Ост-Вест» сотрудничает по части детского туризма, это стратегическое направление развития. В Словакии, Венгрии, Чехии есть множество бальнеологических курортов, хороших санаториев и специалистов, цены ниже, чем в Западной Европе, и не выше, чем в России. Кроме того, в этой нише пока нет явных лидеров. Но выбрать ее в качестве основной Бондарь не решает. Есть примеры компаний, которые пробовали продвигать оздоровительный туризм, но не достигли успеха — возможно, они что-то делали неправильно. С другой стороны, компания могла бы для начала предлагать детские санатории и программы, что вполне могут делать сотрудники «детского» отдела. В этом случае Бондарь придется дополнительно нанять в штат специалистов-медиков. Но, главное, лечебный туризм — направление круглогодичное, так что создать с его помощью баланс летнему детскому отдыху вряд ли удастся.

Задание: ответьте на вопросы, подкрепив их конкретными примерами из ситуации. Выявите причинно-следственные связи.

«Возможно, наибольшего успеха можно добиться, став принимающей стороной — сначала для российских туристов, а потом и зарубежных. Многие группы, которые приезжают в Москву и Санкт-Петербург, — детские, а основные объемы экскурсионки приходятся как раз на весенний, осенний и зимние сезоны», — рассуждает гендиректор. Хорошие связи и наработки по этому направлению у компании есть, а троих сотрудников отдела внутреннего туризма, которые «сидят на приеме» зимой, можно усилить за счет свободных людей из «детского» отдела. По мнению Бондаря, на данный момент это самое перспективное направление, тем более что явных лидеров здесь опять-таки нет. Чем загрузить персонал детского отдела зимой, чтобы сотрудники могли вернуться к своим обязанностям летом? Развивать ли по-прежнему все перспективные направления или сосредоточиться на одном? Можно ли сломать стереотип турагентств, которые привыкли воспринимать «Ост-Вест» исключительно как детского туроператора?

Методические рекомендации к решению кейс-задачи:

Студенты получают кейс непосредственно на занятии и работают с ним, который рассчитан на коллективное выполнение (группы 2-3 человека). Решение кейса студенты оформляют письменно, самостоятельно отвечая на вопросы. Оценивается кейс по системе оценок.

Кейс рассчитан на одно аудиторное занятие, если студент отсутствовал, то ему необходимо данное задание выполнить самостоятельно и сдать преподавателю в письменной форме.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется, если вопросы при ответе были раскрыты полностью, лаконично, имеются практические примеры, соответствующие теме вопроса, работа выполнена аккуратно.
- оценка «хорошо» выставляется, если большая часть вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса, работа выполнена аккуратно.
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если половина вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса, в работе имеется небольшая неаккуратность.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если вопросы при ответе не были раскрыты, работа выполнена небрежно, не аргументировано.

2.3 Комплект вопросов для коллоквиумов

Студенты подготавливают расширенные ответы на вопросы по теме курса:

Тема «Управление процессами стратегического изменения в бизнес-организациях»

Вопросы для рассмотрения:

- 1.Изменения на предприятии. Выбор стратегии для осуществления изменений.
- 2.Характер стратегического изменения. Управляемое изменение.
- 3.Диагноз потребности стратегического изменения. Уровни турбулентности предпринимательской среды.
- 4.Управление процессами стратегического изменения.
- 5.Применение стилей управления изменением. Коммуникации в процессе изменений.
- 6.Последствия стратегического изменения.

Методические рекомендации по проведению практического задания:

Студенты получают практическое задание непосредственно на занятии и работают с ним самостоятельно вне аудитории, возможно в библиотеке. Задание рассчитано на индивидуальное выполнение. Ответы на задание студенты оформляют письменно. Оценивается оно по 5-бальной шкале.

Задание рассчитано на одно аудиторное занятие, если студент отсутствовал, то ему необходимо данное задание выполнить самостоятельно и сдать преподавателю в письменной форме.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется, если вопросы при ответе были раскрыты полностью, лаконично, имеются практические примеры, соответствующие теме вопроса, работа выполнена аккуратно.

- оценка «хорошо» выставляется, если большая часть вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса, работа выполнена аккуратно.
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если половина вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса, в работе имеется небольшая неаккуратность.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если вопросы при ответе не были раскрыты, работа выполнена небрежно, не аргументировано.

2.4 Комплект заданий для выполнения курсового проекта

Примерная тематика курсовых проектов по дисциплине:

1. Стратегическое управление бизнесом на основе, институциональной адаптации и деловой репутации
2. Стратегическое управление бизнесом на основе, институциональной адаптации и деловой репутации
3. Формирование и оценка эффективности финансово-инвестиционной стратегии социально-ответственной компании.
4. Стратегическое управление бизнесом на основе управления изменениями
5. Стратегическое управление бизнесом на основе корпоративных интересов участников
6. Стратегическое управление бизнесом на основе конкурентноориентированности
7. Стратегические приоритеты социально-экономического развития фирм сферы услуг и концепция социальной ответственности.
8. Стратегическое управление бизнесом на основе системы сбалансированных показателей
9. Стратегическое управление бизнесом на основе организационной культуры
10. Стратегическое управление структурными преобразованиями экономики сферы услуг
11. Стратегическое управление бизнесом на основе оценки ресурсов стейкхолдеров
12. Стратегическое управление бизнесом на основе инструментов развития ресурсного потенциала
13. Технология системной диагностики эффективности стратегического менеджмента
14. Стратегическое управление бизнесом на основе сетевой компетентности
15. Методология стратегического управления организацией на основе развития интеллектуального капитала.
16. Стратегия повышения конкурентоспособности компании на основе инновационной модели развития.

17. Стратегическое управление предпринимательской активностью в условиях делового цикла развития фирмы.
18. Стратегическое управление инновационной восприимчивостью фирм (методология и инструментарий).
19. Методология формирования стратегии инновационного развития организаций в условиях модернизации экономики.
20. Методология стратегического управления интеграцией предприятий сферы услуг.
21. Стратегическое финансовое управление реальными инвестициями предприятий сферы услуг.
22. Развитие системы проектного управления в сфере услуг.
23. Методология и инструментарий стратегического управления устойчивым развитием фирмы (компании) в условиях инновационной экономики.
24. Методология устойчивого развития сетевых предпринимательских структур в гостиничном бизнесе.
25. Управление стратегическим потенциалом предприятий сферы услуг.
26. Теория и методология стратегического управления развитием предприятия сферы услуг.
27. Стратегическое управление инновационно-ориентированным предприятием в условиях турбулентной среды.
28. Формирование системы стратегического управления социально-экономическим развитием предприятия сферы услуг.
29. Методологические и методические основы стратегического управления развитием ресурсного потенциала предприятий сферы услуг.
30. Стратегии управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях трансформации рыночной среды.
31. Механизмы развития стратегической системы управления мотивацией трудовой деятельности руководителей организации.
32. Система стратегического управления развитием предприятия на основе механизма фазового перехода.
33. Организационно-экономический механизм инновационного перехода предприятий сферы услуг.
34. Стратегические методы повышения устойчивости организаций сферы услуг.
35. Стратегии обеспечения конкурентоспособности организаций сферы услуг на основе методов управления качеством.
36. Система стратегического управления личной конкурентоспособностью персонала организации.
37. Стратегическое управление стоимостью предприятия сферы услуг в условиях инновационного развития.
38. Методическое обеспечение механизма стратегического управления предприятием сферы услуг.
39. Стратегия формирования ресурсного потенциала предприятий сферы услуг.

40. Оценка влияния организационной культуры на конкурентоспособность предприятий сферы услуг.

41. Стратегия формирования имиджа организации-работодателя на рынке труда – как фактор привлечения потенциальных работников.

42. Стратегия создания системы управления знаниями в бизнес-организациях.

43. Формирования стратегии устойчивого развития предприятия на основе гармонизации целей стейкхолдеров.

44. Формирование стратегии ценностного управления в фирме (организации).

45. Стратегия управления конкурентоспособностью услугами на основе модульно-компетентностного подхода.

46. Стратегическое управление предприятием сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды на базе вероятностного адаптивного подхода.

47. Инновационный механизм гармонизации взаимоотношений социума и бизнеса.

Методические рекомендации по выполнению курсового проекта:

Студент выбирает тему курсового проекта из предложенного списка и выполняет ее самостоятельно в течение всего семестра согласно «Методическим рекомендациям по выполнению курсового проекта».

Критерии и шкала оценивания

- соответствие содержания работы заданию;
- наличие обзора литературных и иных источников;
- логическая и методическая выдержанность структуры работы;
- обоснованность и аргументированность выводов и предложений;
- соответствие оформления работы требованиям;
- качество результатов, полученных в работе;
- умение студента отвечать на поставленные во время защиты вопросы.

Шкала оценивания: (оценка)	Степень удовлетворения критериям
1	2
«Отлично»	Содержание работы полностью соответствует заданию. Представлены результаты обзора литературных и иных источников. Структура работы логически и методически выдержана. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. Оформление работы и полученные в работе результаты полностью отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите работы студент правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы.

«Хорошо»	Содержание работы полностью соответствует заданию. Представлены результаты обзора литературных и иных источников. Структура работы логически и методически выдержана. Большинство выводов и предложений аргументировано. Оформление работы и полученные в работе результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Наличествует незначительное количество грамматических и/или стилистических ошибок. При защите работы студент правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе.
«Удовлетворительно»	Содержание работы частично не соответствует заданию. Результаты обзора литературных и иных источников представлены недостаточно полно. Есть нарушения в логике изложения материала. Аргументация выводов и предложений слабая или отсутствует. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении работы. Полученные в работе результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите работы студент допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя и /или не дал ответ более чем на 30% вопросов, демонстрирует слабое знание теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы.
«Неудовлетворительно»	Содержание работы в целом не соответствует заданию. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. Полученные в работе результаты не отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите курсовой работы студент демонстрирует слабое понимание программного материала.
«Неудовлетворительно»	Курсовая работа не представлена преподавателю. Студент не явился на защиту курсовой работы.

2.5 Комплект заданий для промежуточной аттестации

Перечень основных вопросов для контроля знаний:

1. Понятие бизнес-единицы: определение, виды.
2. Понятие бизнес-стратегии: определение, типы.
3. Стратегическое рыночное управление: исторический аспект.
4. Характеристики современного управления бизнесом.
5. Области анализа предприятия и его среды.

6. Анализ PEST. Алмаз Портера. Применение сценариев.
7. Анализ отраслевой среды. Конкурентный анализ.
8. Анализ сегментации покупателей.
9. Анализ SWOT. Обобщение результатов стратегического анализа.
10. Принципы стратегического выбора. Формулирование стратегии предприятия.
11. Общие стратегии согласно Портеру.
12. Наиболее часто применяемые конкурентные стратегии: стратегия лидерства по издержкам, стратегия дифференциации и ориентации, стратегии в кризисной ситуации, стратегии в различных отраслях и др.
13. Изменения на предприятии. Выбор стратегии для осуществления изменений.
14. Характер стратегического изменения. Управляемое изменение.
15. Диагноз потребности стратегического изменения. Уровни турбулентности предпринимательской среды.
16. Управление процессами стратегического изменения. Применение стилей управления изменением.
17. Ресурсы бизнеса. Особенности ресурсов для бизнеса. Виды, структура и классификация ресурсов.
18. Конкурентные преимущества в ресурсах. Система управления ресурсами.
19. Ресурсная стратегия. Эффективность использования ресурсов.
20. Особенности управления человеческими ресурсами в бизнес-организациях.
21. Человеческий потенциал: понятие, сущность, место в интегральном потенциале предприятия.
22. Инвестиции в человеческий капитал. Управление процессом инвестирования в человеческий потенциал.
23. Сущность инновационного развития бизнес-структур.
24. Стратегические направления инновационного развития.
25. Методы анализа и оценки уровня инновационного развития.
26. Развитие инновационного потенциала предпринимательской структуры как фактора повышения ее конкурентоспособности.
27. Методы разработки стратегии инновационного развития предпринимательской структуры.
28. Механизм и оценка эффективности реализации стратегии инновационного развития.

Методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации:

Билеты содержат по 2 контрольных вопроса. Ответы студенты оформляют письменно, самостоятельно отвечая на вопросы. Оценивается промежуточная аттестация по системе принятых оценок.

Критерии оценивания:

Результаты освоения дисциплины определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение учебного курса.

Оценка «отлично» – ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников нормативно-правовых актов, литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе.

Оценка «хорошо» – ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по теме вопроса при незначительных упущениях при ответах.

Оценка «удовлетворительно» – ставится при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата и обязательной литературы.

Оценка «неудовлетворительно» – ставится при незнании и непонимании студентом существа экзаменационных вопросов.

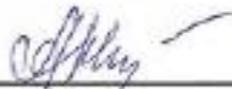
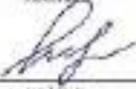
ФГОС по дисциплине

Стратегическое управление бизнесом

разработан в соответствии с ПВД ФГОС-2017 Университета, ФГОС ВО
направления подготовки 38.04.02 Менеджмент и учебным планом
38.04.02.16 "Стратегическое управление"

осетская форма обучения, 2017 год набора

Разработчик(и)

	А. Н. Чаплина
<small>подпись</small>	<small>акademik, фамилия</small>
	Е. А. Герасимова
<small>подпись</small>	<small>акademik, фамилия</small>