

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Центр бакалавриата Экономика



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

### Программа дисциплины

Производственные стратегии Б1.В.ДВ.24

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе ПО

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Нурийахметова С.М.

**Рецензент(ы):**

Хисамова Э.Д.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Демьянова О. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_\_ от "\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: экономика):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_\_ от "\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 950026418

Казань  
2018

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Нурыйахметова С.М. кафедра экономики производства Институт управления, экономики и финансов , Svetanur-agni@mail.ru

## **1. Цели освоения дисциплины**

Цель изучения дисциплины 'Производственная стратегия предприятия' состоит в том, чтобы ознакомить студентов, изучающих менеджмент, организацию, предпринимательство, управление, маркетинг и другие родственные дисциплины, с основными достижениями теории и практики производственной стратегии предприятия, показать необходимость использования этих достижений во всех сферах деятельности предприятий, независимо от их организационно-правовых форм и отраслевой принадлежности.

Задачи дисциплины:

- изучение организационно-экономического содержания понятия процесса стратегического планирования;
- понятие: миссии, цели, стратегии, виды стратегий стратегический план;
- изучение подходов к формированию стратегии, типов стратегии и инструментов ее построения и реализации;
- рассмотрение факторов внешней и внутренней среды, которые необходимо учитывать в процессе стратегического планирования и управления;
- определение и формирование миссии организации;
- ознакомление с понятием конкурентоспособности фирмы в системе рыночных отношений и изучение факторов, влияющих на силу конкурентной борьбы;
- изучение принципов формирования экономической стратегии сельскохозяйственных предприятий и составляющих экономической стратегии.

## **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования**

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.24 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.01 Экономика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Дисциплина 'Производственные стратегии' входит в состав дисциплин по выбору вариативной части Блока 1 'Дисциплины (модули)' (Б1.) учебного плана подготовки по направлению 38.03.01 'Экономика' профиль 'Экономика предприятий и организаций' образовательной программы бакалавриата.

Для успешного освоения дисциплины 'Производственные стратегии' необходимы знания по следующим дисциплинам и разделам ОП:

- маркетинг,
- экономика организаций,
- менеджмент,
- экономика труда.

Знания дисциплины нужны для успешного освоения изучающих дисциплин:

- инновационный менеджмент
- инвестиционный анализ,
- управление персоналом;
- маркетинг территории;
- стратегический маркетинг,
- стратегический менеджмент

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
пкд4	способностью использовать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении производственной, сбытовой и финансово-экономической деятельности организаций
пк4	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
пк5	владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- 1) Природу стратегического управления и основные этапы его развития
- 2) основные теории стратегического менеджмента
- 3) особенности методологии стратегического управления
- 4) основные конкурентные стратегии организации

2. должен уметь:

- 1) использовать отечественный и зарубежный опыт управления организациями с использованием стратегического подхода
- 2) разрабатывать корпоративные, конкурентные, функциональные стратегии
- 3) разрабатывать стратегическую миссию, цели и задачи развития предприятия
- 4) проводить стратегический анализ

3. должен владеть:

Навыками проведения стратегического анализа предприятия

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- 1) изучать теоретические аспекты стратегического менеджмента
- 2) изучать и уметь использовать практический инструментарий проведения стратегического анализа предприятия

### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Теоретические и методологические основы производственная стратегия предприятия.	6		2	2	0	
2.	Тема 2. Введение в стратегическое планирование.	6		1	2	0	
3.	Тема 3. Основные принципы маркетинговых исследований.	6		1	2	0	
4.	Тема 4. Сущность и структура маркетинговой информации.	6		2	2	0	
5.	Тема 5. Качественные методы сбора маркетинговой информации.	6		2	1	0	
6.	Тема 6. Стратегия производственных процессов.	6		2	1	0	Контрольная работа
7.	Тема 7. Количественные методы сбора данных.	6		2	2	0	Дискуссия
8.	Тема 8. Анализ стратегических возможностей предприятия.	6		2	2	0	Дискуссия
9.	Тема 9. Стратегическое планирование деятельности предприятия на корпоративном уровне	6		2	2	0	Устный опрос
10.	Тема 10. Функциональные маркетинговые стратегии.	6		2	2	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
11.	Тема 11. Товарные стратегии предприятия.	6		2	2	0	Устный опрос
12.	Тема 12. Ценовые стратегии.	6		2	2	0	Устный опрос
13.	Тема 13. Стратегии распределения.	6		2	2	0	Устный опрос
14.	Тема 14. Стратегическое управление производством.	6		2	4	0	Контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Экзамен
	Итого			26	28	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### **Тема 1. Теоретические и методологические основы производственная стратегия предприятия.**

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Современные теории стратегического менеджмента. Эволюция развития теорий стратегического менеджмента. Этапы развития стратегического менеджмента. Стратегический менеджмент в России и за рубежом

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Стратегическое управление в системе менеджмента организации

##### **Тема 2. Введение в стратегическое планирование.**

###### **лекционное занятие (1 часа(ов)):**

Школы стратегического менеджмента. Методологические основы стратегического менеджмента. Программно-целевой подход. Маркетинговый подход. Комплексный подход. Интеграционный подход. Динамический подход. Основные понятия стратегического менеджмента. Стратегии решения в бизнесе.

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Разработка стратегии бизнес-уровня

##### **Тема 3. Основные принципы маркетинговых исследований.**

###### **лекционное занятие (1 часа(ов)):**

Цели, задачи проведения маркетинговых исследований. Подходы к проведению маркетинговых исследований: Программно-целевой подход. Маркетинговый подход. Комплексный подход. Интеграционный подход. Динамический подход.

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Стратегический анализ внешней среды организации

##### **Тема 4. Сущность и структура маркетинговой информации.**

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие маркетинговой информации. Цели, задачи обработки маркетинговой информации. Базовые принципы проведения и анализа маркетингового исследования.

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Функциональные стратегии предприятия

##### **Тема 5. Качественные методы сбора маркетинговой информации.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Наблюдение, глубинное интервью, анализ протокола и проекционный метод.

**практическое занятие (1 часа(ов)):**

Роль миссии и целей организации в стратегическом управлении

**Тема 6. Стратегия производственных процессов.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

-концепция развития производства; -тип производства; -метод организации производства; -формы организации производства;

**практическое занятие (1 часа(ов)):**

Разработка стратегии на корпоративном уровне

**Тема 7. Количественные методы сбора данных.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Опрос. Панель. Виды панелей. Метод сравнений. Шкала наименований. емкости рынка и структуры предложения и спроса; объемы продаж операторов рынка; перспективы развития продукта; эффективности различных направлений деятельности компаний по поддержке и продвижению продукта; направлений развития продуктового портфеля и отдельных его составляющих; эффективности рекламной деятельности; эффективности работы дистрибьюторской сети; реакции потребителей на возможные маркетинговые действия производителя.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Стратегический анализ внутренней среды организации

**Тема 8. Анализ стратегических возможностей предприятия.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Стратегии и особенности их типологии. Стратегии и конкурентные преимущества. Понятие стратегического потенциала. Виды конкурентных преимуществ. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Этапы стратегического управления.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Формирование и анализ стратегических альтернатив. Выбор стратегии

**Тема 9. Стратегическое планирование деятельности предприятия на корпоративном уровне**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Основные элементы стратегического проекта: продуктовая, технологическая, кадровая, организационная, культурная, функциональная стратегии. Роль миссии. Операторские и менеджерские стратегии. Стратегические программы. Детерминанты стратегических программ.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Реализация стратегии

**Тема 10. Функциональные маркетинговые стратегии.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Стратегия маркетинга; Финансовая стратегия; Инновационная стратегия; Стратегия производства; Социальная стратегия; Экологическая стратегия.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Критерии успешной деятельности организации. Выбор стратегических действий

**Тема 11. Товарные стратегии предприятия.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие продукта, товара. Концепция продукта в стратегическом управлении. Жизненный цикл продукта. Фазы жизненного цикла. Виды продуктовых стратегий с точки зрения Ансоффа. Стратегия проникновения на рынок. Стратегия развития рынка. Стратегия разработки новых товаров. Стратегия дифференциации. Продуктовые стратегии по Портеру. Продуктовые стратегии по Котлеру.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Выбор стратегии в зависимости от условий конкуренции?

**Тема 12. Ценовые стратегии.**

*лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Ценовая составляющая продуктовой стратегии. Условия и факторы ценовой политики. Факторы снижения производственных и транзакционных издержек

*практическое занятие (2 часа(ов)):*

Анализ миссии предприятия

**Тема 13. Стратегии распределения.**

*лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Стратегия распределения. Канал распределения. Критерии выбора канала распределения. Многоканальная система распределения. Интенсивное распределение. Избирательное распределение.

*практическое занятие (2 часа(ов)):*

Стратегический анализ среды организации

**Тема 14. Стратегическое управление производством.**

*лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Аналитическое обеспечение стратегического менеджмента. Методы анализа макроокружения.. Анализ внутренней среды: кадровый, организационный, маркетинговый, производственный, финансовый. Методы анализа среды. SWOT. STEP. Конкурентный анализ Портера. БКГ. МакКинси.

*практическое занятие (4 часа(ов)):*

Выбор стратегической альтернативы

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Стратегия производственных процессов.	6		подготовка к контрольной работе	2	Контрольная работа
7.	Тема 7. Количественные методы сбора данных.	6		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
8.	Тема 8. Анализ стратегических возможностей предприятия.	6		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
9.	Тема 9. Стратегическое планирование деятельности предприятия на корпоративном уровне	6		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
10.	Тема 10. Функциональные маркетинговые стратегии.	6		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
11.	Тема 11. Товарные стратегии предприятия.	6		подготовка к устному опросу	2	устный опрос



N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
12.	Тема 12. Ценовые стратегии.	6		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
13.	Тема 13. Стратегии распределения.	6		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
14.	Тема 14. Стратегическое управление производством.	6		подготовка к контрольной работе	2	Контрольная работа
	Итого				18	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

1. Дискуссия - форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или рефератов по предложенной тематике.

Дискуссия групповая - метод организации совместной коллективной деятельности, позволяющий в процессе непосредственного общения путем логических доводов воздействовать на мнения, позиции и установки участников дискуссии. Целью дискуссии является интенсивное и продуктивное решение групповой задачи. Метод групповой дискуссии обеспечивает глубокую проработку имеющейся информации, возможность высказывания студентами разных точек зрения по заданной преподавателем проблеме, тем самым, способствуя выработке адекватного в данной ситуации решения. Метод групповой дискуссии увеличивает вовлеченность участников в процесс этого решения, что повышает вероятность его реализации.

Данный комплекс методов обучения используется в учебном процессе при проведении практических (семинарских) занятий по следующим темам:

Тема 7. Стратегическое планирование деятельности предприятия на корпоративном уровне.

Тема 8. Функциональные маркетинговые стратегии

Доклад (презентация) - публичное сообщение, представляющие собой развернутое изложение определенной темы, вопроса программы. Доклад может быть представлен различными участниками процесса обучения: преподавателем, приглашенным экспертом, студентом, группой студентов.

Доклады направлены на более глубокое изучение студентами лекционного материала или рассмотрения вопросов для дополнительного изучения.

Данный метод обучения используется в учебном процессе при проведении практических (семинарских) занятий по следующей теме:

Тема 6. Анализ стратегических возможностей предприятия.

Интерактивные методы обучения - методы обучения, при которых сам процесс передачи информации построен на принципе активного двухстороннего взаимодействия преподавателя и студента. Он предполагает большую активность студента, его творческое переосмысление полученных сведений. Основные критерии интерактивной модели обучения: возможность неформальной дискуссии, свободного изложения материала, наличие групповых заданий, которые требуют коллективных усилий, инициативность студента, постоянный контроль во время семестра, выполнение письменных работ.

Интерактивные методы включают: метод презентации, дискуссии, метод текущего контроля, метод тестирования и др.

Данный комплекс методов обучения активно используется в учебном процессе при проведении практических (семинарских) занятий.

Исследовательский метод обучения - организация обучения на основе поисковой, познавательной деятельности студентов путем постановки преподавателем познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения. Сущность исследовательского метода обучения обусловлена его функциями. Метод организует творческий поиск и применение знаний, является условием формирования интереса, потребности в творческой деятельности, в самообразовании. Основная идея исследовательского метода обучения заключается в использовании научного подхода к решению той или иной учебной задачи. Работа студентов в этом случае строится по логике проведения классического научного исследования с использованием всех научно-исследовательских методов и приемов, характерных для деятельности ученых. Основные этапы организации учебной деятельности при использовании исследовательского метода:

1. Определение общей темы исследования, предмета и объекта исследования.
2. Выявление и формулирование общей проблемы.
3. Формулировка гипотез.
4. Определение методов сбора и обработки данных в подтверждение выдвинутых гипотез.
5. Сбор данных.
6. Обсуждение полученных данных.
7. Проверка гипотез.
8. Формулировка понятий, обобщений, выводов.
9. Применение заключений, выводов.

Данный комплекс методов обучения используется в учебном процессе при выполнении студентами курсовых работ.

Пост-тест - тест на оценку, позволяющий проверить знания студентов по пройденным темам.

Данный метод обучения используется в учебном процессе при проведении тестирования с использованием аттестационного педагогического измерительного материала для оценки качества знаний студентов по дисциплине. Используется на практических занятиях по темам:

Тема 2. Основные принципы маркетинговых исследований

Тема 3. Сущность и структура маркетинговой информации

Круглый стол - один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма занятий позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога. Эта форма обучения применяется на семинарских занятиях по теме:

Тема 1. Введение в стратегическое планирование

7. Мультимедийные средства - используются для чтения лекций по темам:

Тема 1. Введение в стратегическое планирование

Тема 2. Основные принципы маркетинговых исследований

Тема 3. Сущность и структура маркетинговой информации

Тема 4. Качественные методы сбора данных

Тема 5. Количественные методы сбора данных

Тема 6. Анализ стратегических возможностей предприятия

Тема 7. Стратегическое планирование деятельности предприятия на корпоративном уровне

Тема 8. Функциональные маркетинговые стратегии

Тема 9. Товарные стратегии предприятия

Методические указания по проведению научной дискуссии

Научная дискуссия представляет собой форму учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссии по проблемным вопросам предполагает перед началом дискуссии написание студентами эссе, тезисов или рефератов по предложенной тематике.

Эссе - жанр философской, эстетической, литературно-критической, художественной, научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнута индивидуальную позицию автора с непринужденным, оригинальным изложением, ориентированным на разговорную речь.

Тезисы - форма записи, отражающая по пунктам основные положения работы (исследования), при помощи которой передается основное содержание. Тезисы формируют краткую систему знаний.

Реферат - краткое изложение работы (исследования), сущности какого-либо вопроса.

Перед началом научной дискуссии из числа студентов преподавателем выбирается состав общественного совета, который включает членов:

- компьютерной группы (в случае, если предполагается проведение презентации доклада студента);
- протокольной группы;
- общественного жюри;
- счетной комиссии;
- группы порядка.

Перед началом научной дискуссии студенты также распределяются по проблемным группам в соответствии с темами подготовленных эссе (рефератов). Процедура дискуссии включает в себя два этапа:

- 1) выступление студента с докладом своей научной проблемы;
- 2) открытая дискуссия представленных проблем.

При этом каждый выступающий получает две оценки: за презентацию и ответы на вопросы. По результатам научной дискуссии составляется рейтинг студентов. В ходе дискуссии проводятся различные конкурсы: на самого активного оппонента, на лучший вопрос и т. д.

В группе, в которой проводится научная дискуссия, избирается докладчик, которому поручается обобщить результаты дискуссии.

Методические указания по написанию эссе

Эссе - жанр философской, эстетической, литературно-критической, художественной, научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнута индивидуальную позицию автора с непринужденным, оригинальным изложением, ориентированным на разговорную речь.

Основная цель написания научно-публицистического эссе - выразить личную точку зрения автора по конкретной проблеме, изложив при этом ее предельно четко и кратко; показать собственную позицию автора.

Научно-публицистическое эссе, характеризуют следующие особенности.

1. Отражается личная точка зрения автора по конкретному вопросу или проблеме, при этом четко показывается собственная позиция.
2. Предполагается свободное, оригинальное изложение текста эссе.
3. Эссе подготавливается в стиле близком к разговорной речи, характеризующимся свободным лексическим составом языка, образностью и афористичностью.
4. Исследование не должно претендовать на слишком глубокий анализ, достаточно ограничиться рассуждениями, яркими впечатлениями.
5. При подготовке эссе важен не большой объем, а конкретность темы исследования.
6. Стиль эссе характеризуется непринужденным, своеобразным, оригинальным, образным изложением мысли.
7. От других форм научного исследования эссе отличается особый синтаксис: наличие неполных предложений, многоточий и т. п.
8. Исследование не требует изложения концепции, а только собственного впечатления о ней, умозаключений, выводов автора.

Структура эссе предполагает следующее.

1. Небольшой объем: 10-15 страниц.
2. Соответствие замыслу автора избранной им форме.
3. В начале работы указывается тема эссе.
4. Актуальность темы подчеркивается личной позицией автора, которая в данном случае по определению является актуальной.
5. Небольшие (в свободной форме) вводная и заключительная части, которые необходимы для определения целей и позиций автора, его выводов.
6. Список литературы может быть представлен в свободной форме.
7. Использование схем, диаграмм, таблиц, расчетов, иллюстрирующих основные выводы автора.
8. Демонстрация собственной позиции автора (изложение позиций других авторов может быть предельно кратким, но должно ощущаться знание автором этих позиций).
9. Ссылка на использованную литературу.
10. Наличие в работе элементов скрытого диалога, полемики с оппонентами и т.п.
11. Свободная композиция, которая должна только подчеркивать глубокие знания и убеждения автора по выбранной им теме

Контрольная работа - это самостоятельная работа студента, которая требует серьезной подготовки, является важнейшим средством изучения учебной дисциплины, повышения теоретического и методического уровня профессиональных знаний студентов. Отличительной чертой письменной контрольной работы является её большая объективность по сравнению с устным опросом. Процесс выполнения контрольной работы начинается с выбора темы, который осуществляется в соответствии с утвержденной кафедрой тематикой. Задание по контрольной работе выдается в сроки, установленные учебным планом. Работа выполняется студентом в течение учебного семестра, в соответствии с календарным графиком. Вариант контрольной работы выбирается в соответствии с последней цифрой зачетной книжки студента. Студент раскрывает содержание контрольной работы в соответствии с последовательностью изложенных вопросов. В начале работы необходимо привести план, которого следует строго придерживаться при написании работы. План контрольной работы должен содержать введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. Во введении излагается цель и задачи работы, формулируется проблема, кратко описывается структура работы. Основная часть работы, разделенная на параграфы, должна содержать письменные ответы на вопросы, указанные по данной теме. Следует привести конкретные примеры, раскрывающие формулировку общих положений по конкретному вопросу, а также таблицы и схемы, поясняющие отдельные положения. В заключении приводятся краткие выводы, характеризующие результат исследования. Желательно, чтобы студент четко выразил собственное мнение по рассматриваемым аспектам работы, в конце работы приводится перечень использованной литературы, составленный в алфавитном порядке.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

**Тема 1. Теоретические и методологические основы производственная стратегия предприятия.**

**Тема 2. Введение в стратегическое планирование.**

**Тема 3. Основные принципы маркетинговых исследований.**

**Тема 4. Сущность и структура маркетинговой информации.**

**Тема 5. Качественные методы сбора маркетинговой информации.**

**Тема 6. Стратегия производственных процессов.**

Контрольная работа , примерные вопросы:

1. Стратегии концентрированного роста ? стратегия усиления позиций на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта. 2. Стратегии интегрированного роста ? стратегия обратной вертикальной интеграции, стратегия вперед идущей вертикальной интеграции. 3. Стратегии диверсификационного роста ? стратегия централизованной диверсификации, стратегия горизонтальной диверсификации. 4. Стратегии сокращения

**Тема 7. Количественные методы сбора данных.**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Почему функциональные стратегии называют поддерживающими? 2. Каковы основные функциональные области формирования поддерживающих стратегий? 3. Почему правильное формирование функциональных стратегий предприятия называют ?неподнятой целиной? менеджмента организации? 4. Назовите виды функциональных стратегий и охарактеризуйте их. 5. Раскройте содержание понятия ?производственная стратегия? предприятия. 6. Какова роль стратегии НИОКР в стратегической иерархии организации? 7. Почему стратегию управления персоналом называют ключевой функциональной стратегией? 8. Каковы место и роль маркетинговых стратегий в стратегическом менеджменте? 9. Какова роль финансовой стратегии в менеджменте организации?

**Тема 8. Анализ стратегических возможностей предприятия.**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Для чего организации необходимо разрабатывать видение? 2. Чем видение организации отличается от ее миссии? 3. Какова роль миссии в стратегическом управлении? 4. Какие компоненты обычно включаются в формулировку миссии? 5. Какие существуют рекомендации к правильной формулировке миссии? 6. Как взаимосвязаны между собой миссия, цели и стратегии? 7. Каким образом обеспечивается единство миссии, целей и стратегии организации и их непротиворечивость? 8. Какие методы используются при формировании системы стратегических целей организации?

### **Тема 9. Стратегическое планирование деятельности предприятия на корпоративном уровне**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каковы позиции и роль стратегического управления в общей системе менеджмента? 2. В чем заключаются основные причины возникновения стратегического управления? 3. Определите специфические особенности стратегического управления по сравнению с тактическим и оперативным? 4. Какие проблемы организации относятся к сфере стратегического управления? 5. Что понимается под объектом и предметом стратегического управления? Приведите примеры. 6. Каково основное содержание этапов стратегического управления? 7. Перечислите и дайте характеристику функциям стратегического менеджмента? 8. Какие виды стратегического управления известны? В каких условиях применимы?

### **Тема 10. Функциональные маркетинговые стратегии.**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Чем характеризуются деловые стратегии организации? Назовите их цель и особенности. 2. Что является объектом управления при разработке бизнес-стратегии? 3. Назовите базовые стратегии конкуренции. 4. Каковы условия реализации и риски стратегии лидерства в издержках? 5. В чем проявляются преимущества и недостатки стратегии дифференциации? 6. Охарактеризуйте стратегию фокусирования. 7. Каково главное условие применения стратегии раннего выхода на рынок. Охарактеризуйте данную стратегию. 8. В чем заключается преимущество, полученное от применения стратегии синергизма?

### **Тема 11. Товарные стратегии предприятия.**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Что такое SWOT-анализ и для чего он нужен? 2. По каким основным направлениям проводится стратегический анализ внутренней среды? 3. Что такое ?исключительная компетенция?? Приведите классификацию компетенций организации. 4. Что дает ?цепочка ценностей? М. Портера для анализа предприятия? Как она используется для проведения стратегического анализа?

### **Тема 12. Ценовые стратегии.**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Охарактеризуйте структуру внешней среды и ее основные факторы. 2. Опишите методику проведения PEST-анализа. Для каких целей он проводится? 3. Охарактеризуйте Модель конкуренции М. Портера: 4. Что дает организации отраслевой анализ? Дайте характеристику основным этапам его проведения. 5. Что такое барьеры входа в отрасль? Приведите примеры. 6. Опишите влияние движущих сил конкуренции на ситуацию в отрасли. 7. Для чего организации необходимо определять ключевые факторы успеха в отрасли? Как это связано с конкурентоспособностью предприятия?

### **Тема 13. Стратегии распределения.**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каким образом можно описать процесс формирования стратегических альтернатив? 2. Опишите процесс выбора стратегии. Какие факторы влияют на выбор оптимальной стратегии? 3. Какова процедура оценки рисков? Как определить приемлемый уровень риска? 4. Какие существуют варианты стратегии в зависимости от масштабов деятельности? 5. Какие стратегии применяются на различных этапах жизненного цикла отрасли? 6. Каковы варианты стратегии в зависимости от рыночной позиции предприятия?

### **Тема 14. Стратегическое управление производством.**

Контрольная работа , примерные вопросы:

1. Производство как объект управления 2. Особенности управления производством в акционерном обществе 3. Менеджер и его место в управлении производством 4. Функции стратегического управления 5. Принципы стратегического управления производством 6. Предпосылки стратегического управления 7. Возникновение потребности в стратегическом управлении

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену:

1. Понятие стратегии. Типы стратегий в зависимости от уровня стратегического управления (корпоративные, бизнес-стратегии, функциональные)?
2. Роль маркетинговых исследований в разработке стратегии предприятия?
3. Процесс разработки стратегии. Характеристика этапов (определение миссии, целей и задач, анализ внешней и внутренней среды, анализ стратегических альтернатив, выбор стратегии, реализация стратегии, оценка стратегии)?
4. Ситуационный анализ?
5. STEP - анализ?
6. SWOT - анализ (анализ сильных и слабых сторон предприятия, его возможностей и опасностей)?
7. GAP - анализ (анализ стратегического разрыва)?
8. PIMS - анализ (анализ уровня влияния выбранной стратегии на величины прибыльности и наличности)?
9. Хозяйственный портфель как один из важнейших инструментов стратегического управления и основы стратегического планирования?
10. Теоретическая база разработки портфельных стратегий?
11. Сравнение темпов роста и доли рынка: матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ)?
12. Сравнение привлекательности рынка и конкурентоспособности: модель GE / McKinsey?
13. Сравнение отраслевой привлекательности и конкурентоспособности: модель Shell / DPM?
14. Анализ эволюции рынка: модель Hofer / Schendel?
15. Общая конкурентная матрица?
16. Модель конкурентных сил (Модель расширенного соперничества М.Портера)?
17. Матрица конкурентных преимуществ?
18. Понятие роста предприятия, его возможности?
19. Модель роста И. Ансоффа. Анализ стратегического разрыва (Gap - анализ)?
20. Матрица внешних приобретений, как возможность управления ростом предприятия)?
21. Новая матрица БКГ?
22. Целевой рынок. Сегментация рынка?
23. Стратегическая сегментация (макросегментация)?
24. Продуктовая сегментация (микросегментация)?
25. Конкурентная сегментация рынка?
26. Методы сегментации?
27. Выбор сегмента?
28. Позиционирование, его этапы?
29. Структура товарного микса. Товарные стратегии предприятия?

30. Формы осуществления инновации товара?
31. Разработка и внедрение нового товара на рынок?
32. Вариация товара?
33. Элиминация товара?
34. Стратегии высоких, низких и средних цен?
35. Стратегия целевой прибыли?
36. Стратегия изменения цены продукта внутри его жизненного цикла?
37. Стратегия цены на товары, взаимосвязанные с точки зрения затрат?
38. Стратегия цены на товары, взаимосвязанные с точки зрения спроса?
39. Стратегии гибких и льготных цен?
40. Ценовые линии?
41. Ценовые стратегии, учитывающие географический фактор?
42. Стратегии, учитывающие соотношение цены и качества?
43. Ценовые скидки?
44. Ценовые изменения, их причины. Воздействие изменения цены на прибыль?
45. Планирование продаж?
46. Формирование каналов распределения?
47. Организация каналов распределения?
48. Виды распределения в зависимости от фокусирования основных маркетинговых усилий предприятия?
49. Прямой маркетинг?
50. Процесс маркетинговых коммуникаций?
51. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций?
52. Стратегические решения по рекламе?
53. Стратегические решения по персональным продажам?
54. Стратегические решения по стимулированию сбыта?
55. Стратегические решения по связям с общественностью?

### 7.1. Основная литература:

1. Аньшин В. М. Проектный подход к реализации концепции устойчивого развития в компании: монография / В.М. Аньшин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 264 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>] - <http://znanium.com/bookread2.php?book=550040>
2. Герасимов, Б.Н. Моделирование процесса управления изменениями в организациях [Электронный ресурс] / Б.Н. Герасимов. - М.: Инфра-М; Вузовский Учебник, 2015. [Электронный ресурс] Режим доступа. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=526860>
3. Кобелев, Н.Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем [Электронный ресурс] / Н.Б. Кобелев. - М.: Вузовский учебник, 2015. [Электронный ресурс] Режим доступа. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=514320>
4. Петрова С.А. Моделирование информационного обеспечения систем оперативного менеджмента / С.А. Петрова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - [Электронный ресурс] Режим доступа. - <http://znanium.com/catalog.php?item=tbk&code=78&page=79>
5. Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа: Монография / Б.П. Воловиков - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 226 с. [Электронный ресурс] Режим доступа. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=496225>

### 7.2. Дополнительная литература:



1. Ляндау Ю.В. Теория процессного управления: Монография / Ю.В. Ляндау, Д.И. Стасевич. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 118 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>] - <http://znaniium.com/bookread2.php?book=375981>
2. Капулин Д. В. Информационная структура предприятия/Капулин Д.В., Кузнецов А.С., Носкова Е.Е. - Краснояр.: СФУ, 2014. - 186 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>] - <http://znaniium.com/bookread2.php?book=550387>
3. Абдикеев Н. М. Информационный менеджмент: Учебник / Н.М.Абдикеев, В.И.Бондаренко, А.Д.Киселев; Под науч. ред. Н.М.Абдикеев - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с. . [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>] - <http://znaniium.com/bookread2.php?book=429111>
4. Модель управления эффективностью предприятия энергетического комплекса / Улина С.Л., Хлебников Е.Н. - Краснояр.: СФУ, 2014. - 142 с. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=550653>
5. Герасимов, Б.Н. Моделирование процесса управления изменениями в организациях [Электронный ресурс] / Б.Н. Герасимов. - М.: Инфра-М; Вузовский Учебник, 2015. [Электронный ресурс] Режим доступа. -<http://znaniium.com/bookread2.php?book=526860>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

- Все о стратегиях - <http://www.stplan.ru/articles/theory/strategy.htm>  
Корпоративный менеджмент - <http://www.cfin.ru/management/strategy/martynov.shtml>  
Московский государственный университет печати - <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook097/01/part-005.htm>  
Стратегия предприятия - <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/strategiya-predpriyatiya.html>  
Центр креативных технологий - <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0032/>

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Производственные стратегии" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Для проведения практических занятий с целью наглядной демонстрации конкретной учебной ситуации используются видеокейсы по темам практических занятий: "Формирование и анализ стратегических альтернатив. Выбор стратегии", "Реализация стратегии".

Обучающей программы компьютер в бизнесе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.01 "Экономика" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Нурийахметова С.М. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Хисамова Э.Д. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.