

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Факультет экономики и управления



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Стратегический менеджмент Б1.Б.13

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Логистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Устюжина О.Н.

Рецензент(ы):

Осадчий Э.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Гапсаламов А. Р.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Елабужского института КФУ (Факультет экономики и управления):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 967061719

Казань
2019

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) Устюжина О.Н. Кафедра экономики и менеджмента Факультет экономики и управления , ONUstjuzhina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины 'Стратегический менеджмент' является формирование у будущих менеджеров теоретических знаний и практических навыков в области внедрения и выбора стратегии развития компании, углубить знания относительно процессов, формы и механизмов стратегического менеджмента, выработать способность использовать полученные теоретические знания на практике.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.Б.13 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Дисциплина 'Б1.Б.20 Стратегический менеджмент' является дисциплиной модуля финансовых дисциплин и относится к базовой части

Блок 1 'Дисциплины (модули)'. Дисциплина основывается на знаниях дисциплин: 'Теория менеджмента', 'Теория организации', 'Управление человеческими ресурсами', 'Финансовый менеджмент', 'Маркетинг', 'Основы информационной безопасности'.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью эффективно использовать современную методологию профессиональных исследований в соответствии с нормативно предусмотренной квалификацией
ПК-1 (профессиональные компетенции)	Быть способным анализировать специфику социокультурного пространства, инфраструктуру обеспечения социального благополучия различных групп населения и учитывать ее в социально проектной деятельности учреждений социальной сферы
ПК-3 (профессиональные компетенции)	Быть готовым к участию в разработке программы комплексного социального исследования, ее календарного плана, методики и техники реализации, определения необходимых человеческих и материальных ресурсов для осуществления научного проекта
ПК-5 (профессиональные компетенции)	Быть готовым оформлять и представлять результаты научно-исследовательской и научно-прикладной работы в соответствии с российскими, международными нормативными документами и стандартами.

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

демонстрировать готовность применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 5 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. Введение в дисциплину. Предмет и задачи курса. Методологические основы стратегического менеджмента. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг.	5	1	12	10	0	
2.	Тема 2. Ситуационный анализ. Анализ стратегических факторов внешней среды. Управленческий анализ. Портфельный анализ. Конкурентные преимущества. Диверсификация.	5	3	8	12	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Экзамен
	Итого			20	22	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Предмет и задачи курса. Методологические основы стратегического менеджмента. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг.

лекционное занятие (12 часа(ов)):

Понятия "управление" и "менеджмент". Подходы к определению сущности и роли управления и менеджмента: управление как искусство, как наука, как функция и процесс, как аппарат управления и управленческий персонал организации. Современная система взглядов на управление: парадигмы индустриальной и постиндустриальной эры; новые принципы управления. Новая парадигма управления предприятиями и организациями в Российской Федерации. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности: государственная промышленная политика; структурная политика как аспект государственной промышленной политики; структура народнохозяйственного производственного комплекса; отрасли промышленности и их классификация; факторы, формирующие структуру промышленности страны; главная цель промышленной политики на современном этапе преобразований; стратегические проблемы развития производства. Государственная политика в области туризма и индустрии гостеприимства. Термины и определения: стратегия, стратегическое управление, стратегическое планирование, стратегия предприятия. Объект и предмет стратегического менеджмента. Развитие методологии стратегического управления: управление на основе контроля за исполнением, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений, управление на основе гибких экстренных решений, управление на основе синергического подхода. Основные составляющие парадигмы (концепции) стратегического управления в отличии от парадигмы оперативного управления. Основные принципы стратегического менеджмента. Основные этапы фирменного планирования: бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент. Сущность стратегического менеджмента. Стратегические решения как основа стратегического менеджмента, их характеристики, особенности и виды. Образы действий руководителей высшего звена при формировании стратегии. Стратегический маркетинг: сущность, выбор рыночной позиции, комплекс маркетинга, функции и виды маркетинга, концепции управления маркетингом. Необходимость использования стратегического менеджмента на российских предприятиях. Стратегическая единица бизнеса (СЕБ). Концепция сегментации рынка как основа выделения СЕБ. Критерии сегментации рынка и понятие корпоративного портфеля. Типы стратегий предприятий: корпоративная, деловая, функциональная. Иерархическая структура стратегий. Основные этапы стратегического менеджмента. Стратегические факторы. Цель анализа стратегических факторов. Основные составляющие эффективной стратегии предприятий. Модель процесса стратегического менеджмента. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия: миссия и цели предприятия, подходы к установлению целей предприятий, иерархия целей, определений миссии предприятия, отражение в миссии основных аспектов деятельности предприятия, стратегия как направление реализации предприятием своей миссии и целей, определение технической политики предприятия на основе стратегии.

практическое занятие (10 часа(ов)):

Понятия "управление" и "менеджмент". Подходы к определению сущности и роли управления и менеджмента: управление как искусство, как наука, как функция и процесс, как аппарат управления и управленческий персонал организации. Современная система взглядов на управление: парадигмы индустриальной и постиндустриальной эры; новые принципы управления. Новая парадигма управления предприятиями и организациями в Российской Федерации. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности: государственная промышленная политика; структурная политика как аспект государственной промышленной политики; структура народнохозяйственного производственного комплекса; отрасли промышленности и их классификация; факторы, формирующие структуру промышленности страны; главная цель промышленной политики на современном этапе преобразований; стратегические проблемы развития производства. Государственная политика в области туризма и индустрии гостеприимства. Термины и определения: стратегия, стратегическое управление, стратегическое планирование, стратегия предприятия. Объект и предмет стратегического менеджмента. Развитие методологии стратегического управления: управление на основе контроля за исполнением, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений, управление на основе гибких экстренных решений, управление на основе синергического подхода. Основные составляющие парадигмы (концепции) стратегического управления в отличие от парадигмы оперативного управления. Основные принципы стратегического менеджмента. Основные этапы фирменного планирования: бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент. Сущность стратегического менеджмента. Стратегические решения как основа стратегического менеджмента, их характеристики, особенности и виды. Образы действий руководителей высшего звена при формировании стратегии. Стратегический маркетинг: сущность, выбор рыночной позиции, комплекс маркетинга, функции и виды маркетинга, концепции управления маркетингом. Необходимость использования стратегического менеджмента на российских предприятиях. Стратегическая единица бизнеса (СЕБ). Концепция сегментации рынка как основа выделения СЕБ. Критерии сегментации рынка и понятие корпоративного портфеля. Типы стратегий предприятий: корпоративная, деловая, функциональная. Иерархическая структура стратегий. Основные этапы стратегического менеджмента. Стратегические факторы. Цель анализа стратегических факторов. Основные составляющие эффективной стратегии предприятий. Модель процесса стратегического менеджмента. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия: миссия и цели предприятия, подходы к установлению целей предприятий, иерархия целей, определений миссии предприятия, отражение в миссии основных аспектов деятельности предприятия, стратегия как направление реализации предприятием своей миссии и целей, определение технической политики предприятия на основе стратегии.

Тема 2. Ситуационный анализ. Анализ стратегических факторов внешней среды. Управленческий анализ. Портфельный анализ. Конкурентные преимущества. Диверсификация.

лекционное занятие (8 часа(ов)):

Ситуационный анализ: рынки и стратегии, анализ конкурентов и потребителей, оценка рыночных возможностей. Внешний анализ как часть SWOT-анализа. Макро и микросреда. Основные типы внешнего окружения. Анализ отрасли. Основные показатели анализа отрасли. Модель анализа конкуренции М. Портера. Отраслевой рост. Структуры и масштабы конкуренции. Стратегические группы конкурентов. Анализ потребителя. Цели, принципы, методы стратегического анализа. Базовые показатели эффективности деятельности предприятий. Методологические принципы управленческого анализа и уровни его проведения. Методы управленческого анализа. Конкурентные преимущества предприятия. Ресурсы предприятия: осязаемые и неосязаемые. Стратегический потенциал предприятий. Подходы к определению структуры управленческого анализа: система McKinsey, "цепочка ценностей" Портера, подход Омаэ. Проблемы управленческого анализа и его место в разработке стратегии предприятий. Краткое представление процесса стратегического управления. Цели и этапы портфельного анализа. Проблемы, решаемые с помощью портфельного анализа. Схемы процесса портфельного анализа. Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ): гипотезы, лежащие в основе матрицы БКГ, четыре группы рынка с разными стратегическими целями и финансовыми потребностями, желаемая последовательность развития продуктов, возможные траектории в динамичном корпоративном портфеле, предсказания и рекомендации матрицы БКГ. Модифицированная матрица БКГ. Критерии модификации. Четыре вида деятельности модифицированной матрицы БКГ. Матрица McKinsey-General Electric, основанная на долгосрочной привлекательности отрасли и "силе" / конкурентной позиции СЕБ. Составные части матрицы, основные стратегические альтернативы, шаги построения, преимущества матрицы. Матрица фирмы Arthur D. Little и составляющая ее параметры: концепция жизненного цикла отрасли (СЕБ) и конкурентные позиции бизнеса. Характеристики конкурентных позиций бизнес-единиц. Характеристики стадий жизненного цикла отрасли. Этапы процесса стратегического планирования. Матрица Ансоффа, предназначенная для описания стратегии предприятия в условиях растущего рынка. Основные стратегические рекомендации данной модели. Ее преимущества и недостатки. Трехмерная схема Д. Абеля. Поле возможных стратегий (по Д. Абелью). Расширение возможных стратегических направлений бизнеса. Критерии выбора наилучшей области. Деловой комплексный анализ (проект PIMS). Факторы, определяющие в совокупности различия в показателях эффективности хозяйственных структур. Двухмерные матрицы в проекте PIMS. Основные направления достижения конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества на основе низких издержек: сущность лидерства в издержках, составляющие различий в себестоимости. Выгоды компаний при лидерстве в издержках. Дифференциация продукции. Сущность дифференциации продукции. Виды дифференциации продукции. Основные характеристики дифференциации продукции. Стратегии фокусирования, первопроходца и синергизма: определение стратегий, их основные характеристики. Бизнес-план как форма представления стратегий бизнес-единицы. Технология разработки бизнес-плана. Цели и мотивы диверсификации. Интеграции и диверсификация. Виды диверсификации. Связанная и несвязанная диверсификация, вертикальная и горизонтальная интеграции, прямая и обратная интеграция. Возможные пути осуществления диверсификации. Основные формы объединения предприятий: альянсы и стратегические союзы, самостоятельные предприятия, концерны, корпорации. Управление диверсифицированными предприятиями. Организационная структура управления корпорацией. Уровни управления диверсифицированными фирмами. Использование ситуационного метода при разработке организационной структуры; Выгоды и издержки диверсификации. Условия успешной диверсификации по Г. Л. Азоеву.

практическое занятие (12 часа(ов)):

Ситуационный анализ: рынки и стратегии, анализ конкурентов и потребителей, оценка рыночных возможностей. Внешний анализ как часть SWOT-анализа. Макро и микросреда. Основные типы внешнего окружения. Анализ отрасли. Основные показатели анализа отрасли. Модель анализа конкуренции М. Портера. Отраслевой рост. Структуры и масштабы конкуренции. Стратегические группы конкурентов. Анализ потребителя. Цели, принципы, методы стратегического анализа. Базовые показатели эффективности деятельности предприятий. Методологические принципы управленческого анализа и уровни его проведения. Методы управленческого анализа. Конкурентные преимущества предприятия. Ресурсы предприятия: осязаемые и неосязаемые. Стратегический потенциал предприятий. Подходы к определению структуры управленческого анализа: система McKinsey, "цепочка ценностей" Портера, подход Омаэ. Проблемы управленческого анализа и его место в разработке стратегии предприятий. Краткое представление процесса стратегического управления. Цели и этапы портфельного анализа. Проблемы, решаемые с помощью портфельного анализа. Схемы процесса портфельного анализа. Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ): гипотезы, лежащие в основе матрицы БКГ, четыре группы рынка с разными стратегическими целями и финансовыми потребностями, желаемая последовательность развития продуктов, возможные траектории в динамичном корпоративном портфеле, предсказания и рекомендации матрицы БКГ. Модифицированная матрица БКГ. Критерии модификации. Четыре вида деятельности модифицированной матрицы БКГ. Матрица McKinsey-General Electric, основанная на долгосрочной привлекательности отрасли и "силе" / конкурентной позиции СЕБ. Составные части матрицы, основные стратегические альтернативы, шаги построения, преимущества матрицы. Матрица фирмы Arthur D. Little и составляющая ее параметры: концепция жизненного цикла отрасли (СЕБ) и конкурентные позиции бизнеса. Характеристики конкурентных позиций бизнес-единиц. Характеристики стадий жизненного цикла отрасли. Этапы процесса стратегического планирования. Матрица Ансоффа, предназначенная для описания стратегии предприятия в условиях растущего рынка. Основные стратегические рекомендации данной модели. Ее преимущества и недостатки. Трехмерная схема Д. Абеля. Поле возможных стратегий (по Д. Абелью). Расширение возможных стратегических направлений бизнеса. Критерии выбора наилучшей области. Деловой комплексный анализ (проект PIMS). Факторы, определяющие в совокупности различия в показателях эффективности хозяйственных структур. Двухмерные матрицы в проекте PIMS. Основные направления достижения конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества на основе низких издержек: сущность лидерства в издержках, составляющие различий в себестоимости. Выгоды компаний при лидерстве в издержках. Дифференциация продукции. Сущность дифференциации продукции. Виды дифференциации продукции. Основные характеристики дифференциации продукции. Стратегии фокусирования, первопроходца и синергизма: определение стратегий, их основные характеристики. Бизнес-план как форма представления стратегий бизнес-единицы. Технология разработки бизнес-плана. Цели и мотивы диверсификации. Интеграции и диверсификация. Виды диверсификации. Связанная и несвязанная диверсификация, вертикальная и горизонтальная интеграции, прямая и обратная интеграция. Возможные пути осуществления диверсификации. Основные формы объединения предприятий: альянсы и стратегические союзы, самостоятельные предприятия, концерны, корпорации. Управление диверсифицированными предприятиями. Организационная структура управления корпорацией. Уровни управления диверсифицированными фирмами. Использование ситуационного метода при разработке организационной структуры; Выгоды и издержки диверсификации. Условия успешной диверсификации по Г. Л. Азоеву.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Се- местр	Неде- ля се- месе- стра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудо- емкость (в часах)	Формы контроля самосто- ятельной работы
				Текущий	20	Реферат, эссе
1.	Тема 1. Введение в дисциплину. Предмет и задачи курса. Методологические основы стратегического менеджмента. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг.	5	1	Текущий	20	Реферат, эссе
				Текущий	20	Деловая игра

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Ситуационный анализ. Анализ стратегических факторов внешней среды. Управленческий анализ. Портфельный анализ. Конкурентные преимущества. Диверсификация.	5	3	Текущий	42	Контрольная работа
	Итого				102	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ

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

Тема 1. Введение в дисциплину. Предмет и задачи курса. Методологические основы стратегического менеджмента. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг. Основные составляющие стратегического менеджмента. Стратегический маркетинг.

Деловая игра , примерные вопросы:

Дерево целей. Дерево работ. Деловая игра "Оценка инновационной идеи проекта".
Логическое упражнение "Построение дерева целей" и "дерева работа проекта".

Реферат, эссе , примерные темы:

Примерная тематика эссе и рефератов: 1.Применение методов анализа внешней среды на российских предприятиях. 2.Анализ внешней среды и его роль в стратегическом управлении фирмой. 3.Применение методов анализа внутренней среды на российских предприятиях. 4.Стратегия внешнеэкономической деятельности российской фирмы. 5.Стратегии конкурентной борьбы в растущих отраслях промышленности России. 6.Роль деловой этики и социальной ответственности организации в стратегическом управлении предприятием. 7.Конкурентная стратегия фирмы в условиях нестабильной внешней среды. 8.Стратегии конкурентной борьбы на зрелых рынках. 9.Антикризисная стратегия предприятия. 10.Особенности реализации кадровой стратегии предприятия.

Реферат, эссе , примерные темы:

Примерная тематика эссе и рефератов: 1. Особенности построения организационной структуры предприятия в контексте стратегического менеджмента. 2. Синергический эффект в практике стратегического менеджмента. 3. Имидж фирмы как фактор конкурентного преимущества. 4. Слияния и поглощения как стратегия роста бизнеса. 5. Стратегические цели, миссия, видение компании. 6. Реализация корпоративной стратегии на российском предприятии. 7. Опыт реализации стратегии маркетинга российскими компаниями. 8. Производственная стратегия фирмы и факторы ее реализации в современных условиях. 9. Стратегия управления персоналом и ее реализация в современных условиях. 10. Подходы к формированию стратегических альтернатив

Тема 2. Ситуационный анализ. Анализ стратегических факторов внешней среды. Управленческий анализ. Портфельный анализ. Конкурентные преимущества. Диверсификация.

Контрольная работа , примерные вопросы:

Вопросы для контрольной работы 1. Стратегические проблемы развития производства. 2. Сущность стратегического менеджмента. 3. Принципы методологии стратегического менеджмента. 4. Функции стратегического менеджмента. 5. Содержание и структура стратегического управления. 6. Процесс стратегического менеджмента. 7. Анализ макроокружения. 8. Анализ непосредственного окружения. 9. Анализ внутренней среды. 10. Виды стратегий фирмы. 11. Особенности стратегий крупных и средних фирм. 12. Стратегии развития фирм малого бизнеса. 13. Стратегии международного развития фирмы.

Итоговая форма контроля

экзамен (в 5 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену.

1. Определение понятия стратегии по Г. Минцбергу.
2. Основные управленческие задачи на этапе разработки стратегии.
3. Стратегическое соответствие.
4. Сущность и основные этапы стратегического менеджмента.
5. Критерии целесообразности диверсификации.
6. Влияния культуры на процесс реализации стратегии.
7. Основные подходы к разработке стратегии.
8. SWOT- анализ.
9. Методы стратегического анализа.
10. Понятие организации, ее видение и миссия.
11. Основные виды управленческих решений при стратегическом выборе.
12. Преимущество и недостатки стратегии дифференциации.
13. Уровни разработки стратегии.
14. Роль и значения анализа ресурсов, компетенций и стратегических компетенций в повышении конкурентоспособности организации.
15. Критерии целесообразности диверсификации.
16. Понятие стратегического менеджмента, его цели, функции и задачи
17. Становление и развитие стратегического управления
18. Стратегические решения и особенности их реализации
19. Формирование стратегического видения организации
20. Миссия организации и процесс ее создания.
21. Понятие цели уровни целей организации. Требования к целям
22. Понятие стратегического анализа. Принципы измерения неопределенности внешней среды
23. Понятие управленческого анализа. Цепочка ценностей М. Портера
24. Методы стратегического анализа (PEST-анализ, SWOT-анализ, EFAS-анализ)

- 25.Отраслевой и конкурентный анализ
- 26.Модели стратегического менеджмента
- 27.Приписывающие школы стратегического менеджмента
- 28.Описывающие школы стратегического менеджмента
- 29.Стратегия фирмы и ее компоненты
- 30.Стратегии корпоративного уровня

7.1. Основная литература:

1. Стратегический менеджмент / Новичков В.И., Дембовский В.Р., Виноградова И.М. - М.:Дашков и К, 2015. - 202 с.: ISBN 978-5-394-02561-7 - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=558085>
2. Стратегический менеджмент на предприятии: Учебное пособие / С.А. Сироткин, Н.Р. Кельчевская - М.: НИЦ ИНФРА-М; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. - 246 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-16-006589-2, 500 экз. - URL: <http://http://znanium.com/bookread2.php?book=398611>
3. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 365 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-005115-4 <http://znanium.com/bookread2.php?book=253142>

7.2. Дополнительная литература:

1. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие: 2 - Москва: ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2014 - 208с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=398643>
2. Савченко А. Б. Стратегический менеджмент: Учебное пособие - Москва: ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2014 - 228с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=432687>
3. Стратегический менеджмент. Курс лекций: Учебное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-002298-7 - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=352139>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Информационно-правовой портал - www.garant.ru
Информационно-правовой портал - www.garant.ru
Росстат - www.gks.ru
Росстат - www.gks.ru
Электронная библиотека КФУ - <https://kpfu.ru/library>
Электронная библиотека КФУ - <https://kpfu.ru/library>
Электронная библиотека экономической и деловой литературы - <http://www.aup.ru/library/>
Электронная библиотека экономической и деловой литературы - <http://www.aup.ru/library/>
Электронно-библиотечная система - www.znanium.com
Электронно-библиотечная система - www.znanium.com

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Стратегический менеджмент" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен студентам. Электронная библиотечная система "Консультант студента" предоставляет полнотекстовый доступ к современной учебной литературе по основным дисциплинам, изучаемым в медицинских вузах (представлены издания как чисто медицинского профиля, так и по естественным, точным и общественным наукам). ЭБС предоставляет вузу наиболее полные комплекты необходимой литературы в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов с соблюдением авторских и смежных прав.

Интерактивная доска, проектор, компьютер

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Логистика .

Автор(ы):

Устюжина О.Н. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Осадчий Э.А. _____

"__" _____ 201__ г.