

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение развития территорий



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Стратегия развития предприятия в условиях рынка Б3+.В.2

Направление подготовки: 080100.62 - Экономика

Профиль подготовки: Фундаментальная экономика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сафиуллина А.М. , Фатхиев А.М.

Рецензент(ы):

Сафиуллин Л.Н.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Сафиуллин Л. Н.

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

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение развития территорий):

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

Регистрационный No

Казань
2014

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) ассистент, к.н. Сафиуллина А.М. кафедра экономической методологии и истории Общеэкономическое отделение , AIMSafiullina@kpfu.ru ; старший преподаватель, к.н. Фатхиев А.М. кафедра экономической методологии и истории Общеэкономическое отделение , AMFathiev@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

- ? Ознакомление студентов с классическим стратегическим менеджментом и его современным продолжением;
- ? Предлагаются некоторые методы реализации задач, которые можно сразу же применить на практике;
- ? Предлагается список основных направлений стратегического поведения корпораций и некоторые прогнозы относительно будущего поведения.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " БЗ+.В.2 Профессиональный" основной образовательной программы 080100.62 Экономика и относится к вариативной части. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Курс "Стратегия предприятия в рыночной экономике" относится к разделу СД.Р.

Используя знания, полученные из курсов "Микроэкономика", "Макроэкономика", "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет", "Экономическая теория", в данном курсе предлагается новый подход, в котором рациональный анализ дополняется предпринимательским видением будущего и внутренними специальными процессами, необходимыми для достижения согласия в стратегии. Многие вопросы затрагивались в предыдущих курсах и служат опорой стратегического процесса. Курс "Стратегия предприятия в рыночной экономике" ведет к достижению баланса, логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ООП. Для освоения данного курса требуется достижение баланса между интуицией и рациональностью. Корпорации и другие организации всегда в своем подходе исходили из перспективы, то есть из будущего. На основе этого студенты строят собственные представления о роли стратегии предприятия в рыночной экономике, имея свой собственный образ видения. Этот факт послужил основой для углубления входных знаний, умений и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предыдущих дисциплин. В таблице 1 представлен перечень основных ключевых компетенций, теоретических дисциплин и практик, которые должны формироваться в ходе обучения и освоения данной дисциплины как предшествующее.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	Владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ОК-13 (общекультурные компетенции)	Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
ОК-5 (общекультурные компетенции)	Умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-2 (профессиональные компетенции)	Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов,
ПК-7 (профессиональные компетенции)	Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- ? Классические и современные подходы к стратегии предприятия;
- ? Четкую необходимую структурную связь для того, чтобы выработать общее кредо, самобытность и цели предприятия;
- ? Содержание корпоративной, деловой, функциональной и линейной стратегии;
- ? Отличие стратегических решений от других типов решений.
- ? Знать процесс стратегического планирования как взаимного средства достижения сплоченности в децентрализованном предприятии;
- ? Классическую структурную схему формирования стратегического поведения;
- ? Назначение и содержание миссии предприятия в рыночной среде;
- ? Ценностные ориентации и их связь с целевыми предпочтениями.

2. должен уметь:

- ? Определять союзников и противников;
- ? Выстраивать эквивалентное взаимодействие между интуицией и рациональностью;
- ? Формировать стратегический план как руководство для осуществления инвестиций, политики финансирования, политики повышения квалификации работников, технологической политики, политики в отношении человеческих ресурсов и других решений, которые формируют будущее;
- ? Использовать собственные преимущества и направления их использования для достижения сплоченности в корпорации;
- ? Определять стратегию предприятия как план, как хитрость, как модель, как позицию, как перспективу, как процесс осмысления;
- ? Переводить миссию в желаемые результаты;
- ? Осуществлять процесс постановки и изменений целей предприятия, выстраивать дерево целей;
- ? Формировать комплексную программу, ориентированную на реализацию стратегии.

3. должен владеть:

- ? Интуицией и рациональностью;
- ? Методами реализации целей и задач стратегии предприятия;
- ? Методологией исследования;
- ? Приемами формирования предпринимательского видения будущего, миссии и цели предприятия;
- ? Аналитическими и стратегическими методами;
- ? Описанием коммуникации и процессов принятия решений;

? Приемами формирования модели развития основных направлений стратегического поведения предприятия;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

? Опирается на внешнюю и внутреннюю информацию, синхронизировать планы подразделений;

? Формировать "новый стиль" применительно к инновационной экономике;

? Использовать методы мозговой атаки;

? Составлять бизнес планы;

? Развертывать постоянно процесс стратегического управления;

? Устанавливать жизненный цикл продукта и составлять стратегическую сетку;

? Проводить конкурентный анализ, внешний и внутренний анализ, включая оценку неизменяемой политики и построение финансовой модели предприятия;

? Проводить разницу между целями различных сфер бизнеса и корпоративными целями и точно показать и объяснить многообразие мнений внутри предприятия;

? Обсуждать стратегические альянсы как современные средства выполнения стратегии, анализировать связь между стратегическим управлением и организационной структурой предприятия, корпоративной культурой, инвестиционным отбором и стратегическим контролем.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 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. Управление стратегией на уровне рынка	7		2	2	0	дискуссия
2.	Тема 2. Иерархическая природа стратегии	7		2	2	0	домашнее задание
3.	Тема 3. Цели компании в условиях инновационной активности	7		2	2	0	дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Миссия компании и ее направленность на инновационный путь развития	7		2	2	0	контрольная работа
5.	Тема 5. Типы стратегии бизнеса	7		2	2	0	письменная работа
6.	Тема 6. Внутренний анализ среды. Топографическая съемка бизнес-ландшафта	7		2	2	0	научный доклад
7.	Тема 7. Анализ макросреды: что происходит	7		2	2	0	письменная работа
8.	Тема 8. СОздание ключевых компетенций и их использование	7		2	2	0	домашнее задание
9.	Тема 9. СТратегические альтернативы:идентифицирование и разработка	7		2	2	0	дискуссия
10.	Тема 10. Обоснование стратегических альтернатив	7		2	2	0	домашнее задание
11.	Тема 11. Выбор и реализация стратегии	7		2	2	0	дискуссия
12.	Тема 12. Оценка и почему перемены не удаются и что следует делать в этом случае	7		2	2	0	домашнее задание
13.	Тема 13. Приведение стратегии в жизнь и контроль	7		2	4	0	письменная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Управление стратегией на уровне рынка лекционное занятие (2 часа(ов)):

РАЗДЕЛ I. Современная стратегия: инструмент обеспечения победы на рынке. Тема 1. Управление стратегией на уровне рынка. Тема 2. Иерархическая природа стратегии. РАЗДЕЛ II. Исходные стратегические составляющие. Тема 1. Цели компании в условиях инновационной активности. Тема 2. Миссия компании и ее направленность на инновационный путь развития. Тема 3. Типы стратегий бизнеса. РАЗДЕЛ III. Стратегический анализ. Тема 1. Внутренний анализ среды. ?Топографическая? съемка бизнес ? ландшафта. Тема 2. Анализ макросреды: что происходит. Тема 3. Создание ключевых компетенций и их использование. РАЗДЕЛ IV. Разработка и реализация стратегии. Тема 1. Стратегические альтернативы: идентифицирование и разработка. Тема 2. Основание стратегических альтернатив. Тема 3. Выбор и реализация стратегии. РАЗДЕЛ V. Оценка и контроль. Тема 1. Оценка, или почему перемены не удаются и что следует делать в этом случае. Тема 2. Приведение стратегии в жизнь и контроль.

практическое занятие (2 часа(ов)):

8. Сущность хозяйственной деятельности предприятия. 9. Сфера социальной деятельности предприятия. 10. Система показателей планирования.

Тема 2. Иерархическая природа стратегии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

11. Методы планирования на предприятии. 12. Предмет и объекты планирования. 13. Общие показатели планирования основных производственных фондов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

14. Показатели планирования оборотных фондов и фондов обращения. 15. Структура и классификация инвестиций как объекта планирования. 16. Информация как объект планирования.

Тема 3. Цели компании в условиях инновационной активности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

17. Виды планирования. 18. Сущность плана предприятия, принципы создания и его виды. 19. Понятие директивного и индикативного планирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

20. Классификация инвестиционных проектов. 21. Классификация внутрипроизводственных издержек. 22. Формы планирования.

Тема 4. Миссия компании и ее направленность на инновационный путь развития

лекционное занятие (2 часа(ов)):

23. Планирование себестоимости продукции. 24. Отличие перспективного планирования от прогнозирования. 25. Понятие долгосрочного (перспективного) планирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

26. Сущность среднесрочного планирования предприятия. 27. Краткосрочное планирование и его виды на предприятии. 28. Плановые функции и задача оперативно-календарного планирования.

Тема 5. Типы стратегии бизнеса

лекционное занятие (2 часа(ов)):

29. Сущность и порядок разработки годового плана АПК. 30. Классификация норм и нормативов в планировании. 31. Сущность балансового метода.

практическое занятие (2 часа(ов)):

32. Сущность нормативного метода. 33. Планирование вариантов смены видов бизнеса. 34. Структура бизнес-плана.

Тема 6. Внутренний анализ среды. Топографическая съемка бизнес-ландшафта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

35. Цели и сущность бизнес - планирования. 36. Распределение плановой прибыли на предприятии. 37. Содержание современной плановой калькуляции себестоимости единицы продукции

практическое занятие (2 часа(ов)):

38. Планирование сметы затрат на производство продукции. 39. Расчет плановых калькуляций себестоимости продукции. 40. Методика расчета производственной мощности предприятия. 41. Понятие производственной мощности предприятия. 42. Планирование выпуска продукции. 43. Планирование ?портфеля? заказов.

Тема 7. Анализ макросреды: что происходит

лекционное занятие (2 часа(ов)):

44. Анализ выполнения плана производства. 45. Планирование производственной программы предприятия. 46. Специальные системы производственного планирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

47. Требования к разработке тактического плана. 48. Разделы тактического плана предприятия. 49. Многофункциональное назначение тактического планирования.

Тема 8. Создание ключевых компетенций и их использование

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Функции маркетинга промышленного предприятия, их систематизация. Место аналитической функции в общей маркетинговой системе. 2. Цель и задачи маркетингового исследования в промышленной компании. Факторы внешней и внутренней среды маркетинга компании, работающей на рынках B2B. 3. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга на предприятии в промышленности: маркетинговый контроль, управление рисками и способы оценки. 4. Информация, необходимая для проведения маркетингового исследования промышленной компанией. Пошаговый подход к формированию информационных блоков промышленной компании.

практическое занятие (2 часа(ов)):

5. Система показателей, используемых для оценки рыночных позиций промышленных компаний на рынке. Примеры оценки деятельности компаний, выполненной по данным показателям. 6. Маркетинговые решения, принимаемые по результатам реализации аналитической функции на промышленном предприятии. 7. Производственная функция маркетинга на промышленном предприятии: оценка сложившегося ассортимента производимой продукции, стратегии по новому товару промышленной компании.

Тема 9. Стратегические альтернативы: идентификация и разработка

лекционное занятие (2 часа(ов)):

8. Товарные линии промышленного предприятия. Структура товарного микса. Реализация маркетингового подхода при организации производства новых товаров. 9. Управление процессом разработки нового товара и его ?запуска? промышленным предприятием в производство. Формирование бренда товара. Марочный капитал нового товара.

практическое занятие (2 часа(ов)):

10. Организация ресурсного обеспечения производства товаров промышленной компанией, ее маркетинговая деятельность на деловых рынках. 11. Управление качеством товара, производимого промышленным предприятием, обеспечение его конкурентоспособности на рынке.

Тема 10. Обоснование стратегических альтернатив

лекционное занятие (2 часа(ов)):

12. Сбытовые стратегии как составляющие общей политики поведения промышленной компании на рынке. Типология путей сбыта продукции. 13. Экономическая природа каналов распределения промышленной продукции. Особенности каналов распределения в корпоративных структурах. Примеры деятельности конкретных корпораций по данному направлению.

практическое занятие (2 часа(ов)):

14. Эффективная сбытовая политика промышленной компании: оценка, модели, факторы повышения прибыльности компании при реализации рациональной сбытовой стратегии. 15. Обеспечение конкурентоспособности промышленной компании на рынке путем рационализации каналов сбыта продукции. Примеры компаний, имеющих эффективные системы сбыта. 16. Особенности коммуникативных процессов в промышленной компании. Включение промышленных предприятий в коммуникативные сети.

Тема 11. Выбор и реализация стратегии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

17. Коммуникативная стратегия компании в промышленной сфере. Эффективность комплекса маркетинговых коммуникаций. 18. Мотивация реализации современных маркетинговых стратегий коммуникаций промышленными фирмами.

практическое занятие (2 часа(ов)):

19. Отличительные особенности процесса организации персональных продаж продукции производственно-технического назначения. 20. Специфика рекламы в системе коммуникативной политики в промышленности. Тенденции развития рекламы промышленных предприятий. 21. Классификация рекламных компаний промышленных фирм. Использование средств рекламы в различных отраслях современной промышленности. 22. Роль маркетинговых исследований в подготовке и реализации рекламной деятельности промышленной компании. 23. Концептуальные подходы к использованию Интернет-технологий при организации коммуникативной политики. Функциональное назначение и ресурсы сети Интернет для промышленных компаний. 24. Многоаспектность маркетинга агропромышленной сферы, его структура. Необходимость маркетингового подхода к организации деятельности компаний в АПК. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. 25. Сущность сельскохозяйственного маркетинга, его специфика. Стадии процесса управления маркетингом в сельском хозяйстве. Стратегический, тактический и операционный маркетинг в аграрном секторе экономики. 26. Спрос на рынках сельскохозяйственной техники. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Позиционирование товаров сельскохозяйственного происхождения на рынке. 27. Особенности ценовой политики сельхозпредприятий. Стратегии ценообразования на сельхозпродукцию. 28. Сбытовая политика в комплексе сельскохозяйственного маркетинга. Каналы продвижения сельхозпродукции на рынок. 29. Информация в системе агромаркетинга. Структура и особенности агромаркетинговой информации, методы ее сбора, использование при принятии управленческих решений.

Тема 12. Оценка и почему перемены не удаются и что следует делать в этом случае

лекционное занятие (2 часа(ов)):

30. Особенности продовольственного рынка, его функции, структура и емкость. Спрос и предложение на продовольственном рынке. 31. Маркетинговые подходы к регулированию рынков продовольственных товаров. Факторы формирования рыночной конъюнктуры. 32. Прогнозирование продовольственных рынков. Стратегия стимулирования развития рынка продовольственных товаров к России. Государственное регулирование продовольственных рынков: необходимость, методы.

практическое занятие (2 часа(ов)):

33. Концепция и особенности маркетинга в сфере торговли. Внутренние и внешние возможности торгового предприятия. 34. Теории потребительского поведения. Учет особенностей потребительского поведения при организации торговли. Структура акта купли-продажи. Стратегии представления товара покупателям. 35. Сегментация потребительского рынка по категориям покупателей. Использование сегментации при организации торговли. Матричный анализ как фактор определения стратегии маркетинга в сфере торговли. 36. Варианты маркетинговых стратегий в оптовой и розничной торговле. Примеры эффективных стратегий: российская и зарубежная практика. Решения оптовой и розничной компании в области коммуникаций. 37. Экономическая характеристика российского рынка потребительских услуг: общие закономерности и территориальные особенности. 38. Отличительные особенности услуг как сферы экономической деятельности. Специфика маркетинга в сфере услуг. Сегментация отечественного рынка потребительских услуг. 39. Организация маркетинга в сфере бытового обслуживания населения. Диверсификация бытовых услуг как фактор повышения эффективности деятельности отрасли и улучшения обслуживания потребителей.

Тема 13. Приведение стратегии в жизнь и контроль

лекционное занятие (2 часа(ов)):

40. Коммуникативная политика в сфере услуг, ее основные элементы и условия повышения эффективности. Маркетинговая специфика экономического поведения предприятий сферы услуг на локальном рынке. Примеры поведения сервисных компаний в разных сферах услуг. 41. Трансформация маркетингового комплекса сферы услуг: социально-ориентированный маркетинг. Принципы социально-ориентированного маркетинга, необходимость его реализации в сфере обслуживания. 42. Предпосылки внедрения маркетинга в банковский сектор. Сущность, цели и особенности банковского маркетинга. Инструменты банковского маркетинга. Основные типы банковских услуг.

практическое занятие (4 часа(ов)):

43. Маркетинговое исследование банковского рынка: информационная база, анализ конкурентов, изучение поведения покупателей банковских услуг. Примеры эффективной деятельности российских банков. 44. Принципы стратегического планирования, методы и модели, применяемые в банковском маркетинге. Организация маркетинговой деятельности банка. 45. Стратегии сегментирования банковского рынка. Организация и планирование банковского маркетинга. Особенности маркетинга в Сбербанке РФ. 46. Современные формы организации каналов предоставления банковских услуг. Маркетинговые аспекты продвижения банковских продуктов. 47. Направления повышения эффективности маркетинговой деятельности в банке. Банковские маркетинговые концепции, их виды, условия реализации. Примеры рациональной стратегии российских банков на этапе посткризисного оживления экономики. 48. Товарная стратегия банка. Стратегические подходы к повышению качества банковских услуг. 49. Сбытовая политика банка: принципы организации сбытовой сети. Особенности сбытовых стратегий современных банков. 50. Маркетинг в сфере туризма: цели, функции, концепции, современные тенденции, факторы развития. Сущность, содержание и задачи маркетинговых исследований в туризме. Примеры деятельности туристических компаний. 51. Сегментирование туристского рынка. Методы продвижения и продажи туристического продукта. 52. Основные принципы маркетинга в страховом деле, сегментация страхового рынка. Цель и задачи маркетинга в страховании. Внешние и внутренние источники маркетинговой информации в страховом деле. 53. Маркетинг в деятельности страховых компаний: сущность и особенности. Оценка риска при принятии маркетинговых решений. Варианты коммуникационных стратегий зарубежных страховых компаний. Модель реализации международной рекламной стратегии. 54. Современный рынок образовательных услуг: характеристика, тенденции развития, значение для формирования инновационного потенциала страны. Структура российского рынка образовательных услуг, маркетинговые исследования данного рынка. 55. Сегментирование рынка образовательных услуг в России, использование маркетинговых технологий ведущими вузами страны на целевых рынках. Инновационные технологии в сфере образования. 56. Маркетинг в общественном питании: сущность, этапы реализации, внешняя среда. Стратегии привлечения новых клиентов в учреждения сферы общественного питания. Методы удержания клиентов, обеспечение их лояльности. 57. Маркетинг в сфере строительства: особенности, методы, стратегии. специфика продаж объектов деловой недвижимости и жилья на рынке. 58. Сущность Интернет-маркетинга. Перспективы его развития в России. Роль Интернет-маркетинга для развития электронной коммерции. Поведение виртуальных компаний в системе электронной коммерции. 59. Использование стратегий международного маркетинга в целях повышения конкурентоспособности российских компаний на мировых рынках. 60. Возможности реализации стратегий международного маркетинга предприятиями-экспортерами Юга России в глобализирующемся рыночном пространстве. Примеры южнороссийских компаний, конкурентоспособных на мировых рынках.

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
1.	Тема 1. Управление стратегией на уровне рынка	7		аналитический разбор эмпирического материала по проекту; использование методов обсуждения контроль	5	Осуществление письменного и устного контроля
				подготовка к дискуссии	4	дискуссия
2.	Тема 2. Иерархическая природа стратегии	7		подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
3.	Тема 3. Цели компании в условиях инновационной активности	7		подготовка к дискуссии	9	дискуссия
4.	Тема 4. Миссия компании и ее направленность на инновационный путь развития	7		подготовка к контрольной работе	9	контрольная работа
5.	Тема 5. Типы стратегии бизнеса	7		подготовка к письменной работе	9	письменная работа
6.	Тема 6. Внутренний анализ среды. Топографическая съемка бизнес-ландшафта	7		подготовка к научному докладу	9	научный доклад
7.	Тема 7. Анализ макросреды: что происходит	7		подготовка к письменной работе	9	письменная работа
8.	Тема 8. СОздание ключевых компетенций и их использование	7				
9.	Тема 9. СТратегические альтернативы:идентифицирование и разработка	7				
10.	Тема 10. Обоснование стратегических альтернатив	7				
11.	Тема 11. Выбор и реализация стратегии	7				
12.	Тема 12. Оценка и почему перемены не удаются и что следует делать в этом случае	7				

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
13.	Тема 13. Приведение стратегии в жизнь и контроль	7				
	Итого				63	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Образовательные технологии в учебном курсе "Стратегия развития предприятия" характеризуются не только наличием необходимых знаний, навыков и умений, но и творческим подходом к решению проблемы. Формула компетентности: что должен знать и уметь специалист сегодня дополняется множеством вопросов: как знать, в какой мере, как использовать знания, что учитывать, как накапливать опыт, как организовать самообразование и т.д.

Образовательные технологии, характеризующие качество образования, при освоении данной дисциплины включают:

- ? уровень знаний;
- ? объем знаний;
- ? полнота знаний;
- ? концептуальность знаний;
- ? системность знаний;
- ? устойчивость знаний;
- ? долговременность и перспективность знаний;
- ? фундаментальность знаний;
- ? практичность знаний (комплекс навыков практического использования знаний);
- ? складывающийся тип профессионального мышления;
- ? способность синтезировать знания по изменяющимся условиям деятельности.

Общая схема всех перечисленных факторов формируется в структурированную концепцию обеспечения посредством образовательных технологий качества образования.

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

Тема 1. Управление стратегией на уровне рынка

дискуссия, примерные вопросы:

50. Сущность тактического планирования на предприятии. 51. Уровни стратегического планирования.

Осуществление письменного и устного контроля, примерные вопросы:

52. Сущность стратегии предприятия. 53. Понятие стратегического планирования как процесса.

Тема 2. Иерархическая природа стратегии

домашнее задание, примерные вопросы:

54. Стратегия смены видов бизнеса. 55. Понятие и сущность внешней обстановки для предприятия.

Тема 3. Цели компании в условиях инновационной активности

дискуссия, примерные вопросы:

56. Мировая практика развития стратегии. 57. Особенности разработки оперативных планов.

Тема 4. Миссия компании и ее направленность на инновационный путь развития

контрольная работа , примерные вопросы:

58. Сущность и роль риска в планировании на предприятии. 59. Основные показатели оценки риска в планировании на предприятии.

Тема 5. Типы стратегии бизнеса

письменная работа , примерные вопросы:

60. Критерии классификации видов планирования. 61. Задачи бизнес-плана инвестиционного проекта.

Тема 6. Внутренний анализ среды. Топографическая съемка бизнес-ландшафта

научный доклад , примерные вопросы:

62. Сущность и понятие бюджета предприятия. 63. Планирование типовых моделей стратегического анализа.

Тема 7. Анализ макросреды: что происходит

письменная работа , примерные вопросы:

64. Планирование внутрипроизводственных резервов на предприятии. 65. Сценарии развития стратегии предприятия. 66. Планирование альтернативных вариантов размещения предприятия. 67. Планирование финансовых результатов на предприятии. 68. Особенности планирования доходов и расходов на предприятии АПК.

Тема 8. Создание ключевых компетенций и их использование

Тема 9. Стратегические альтернативы: идентификация и разработка

Тема 10. Обоснование стратегических альтернатив

Тема 11. Выбор и реализация стратегии

Тема 12. Оценка и почему перемены не удаются и что следует делать в этом случае

Тема 13. Приведение стратегии в жизнь и контроль

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену:

1. Сущность и значение планирования на предприятии.
2. Предприятие как объект планирования.
3. Системные признаки предприятия.
4. Этапы процесса планирования.
5. Функции и характерные принципы планирования.
6. Объекты планирования на предприятии.
7. Основные виды деятельности предприятия.
8. Сущность хозяйственной деятельности предприятия.
9. Сфера социальной деятельности предприятия.
10. Система показателей планирования.
11. Методы планирования на предприятии.
12. Предмет и объекты планирования.
13. Общие показатели планирования основных производственных фондов.
14. Показатели планирования оборотных фондов и фондов обращения.
15. Структура и классификация инвестиций как объекта планирования.
16. Информация как объект планирования.
17. Виды планирования.
18. Сущность плана предприятия, принципы создания и его виды.
19. Понятие директивного и индикативного планирования.
20. Классификация инвестиционных проектов.

21. Классификация внутрипроизводственных издержек.
22. Формы планирования.
23. Планирование себестоимости продукции.
24. Отличие перспективного планирования от прогнозирования.
25. Понятие долгосрочного (перспективного) планирования.
26. Сущность среднесрочного планирования предприятия.
27. Краткосрочное планирование и его виды на предприятии.
28. Плановые функции и задача оперативно-календарного планирования.
29. Сущность и порядок разработки годового плана АПК.
30. Классификация норм и нормативов в планировании.
31. Сущность балансового метода.
32. Сущность нормативного метода.
33. Планирование вариантов смены видов бизнеса.
34. Структура бизнес-плана.
35. Цели и сущность бизнес - планирования.
36. Распределение плановой прибыли на предприятии.
37. Содержание современной плановой калькуляции себестоимости единицы продукции.
38. Планирование сметы затрат на производство продукции.
39. Расчет плановых калькуляций себестоимости продукции.
40. Методика расчета производственной мощности предприятия.
41. Понятие производственной мощности предприятия.
42. Планирование выпуска продукции.
43. Планирование "портфеля" заказов.
44. Анализ выполнения плана производства.
45. Планирование производственной программы предприятия.
46. Специальные системы производственного планирования.
47. Требования к разработке тактического плана.
48. Разделы тактического плана предприятия.
49. Многофункциональное назначение тактического планирования.
50. Сущность тактического планирования на предприятии.
51. Уровни стратегического планирования.
52. Сущность стратегии предприятия.
53. Понятие стратегического планирования как процесса.
54. Стратегия смены видов бизнеса.
55. Понятие и сущность внешней обстановки для предприятия.
56. Мировая практика развития стратегии.
57. Особенности разработки оперативных планов.
58. Сущность и роль риска в планировании на предприятии.
59. Основные показатели оценки риска в планировании на предприятии.
60. Критерии классификации видов планирования.
61. Задачи бизнес-плана инвестиционного проекта.
62. Сущность и понятие бюджета предприятия.
63. Планирование типовых моделей стратегического анализа.
64. Планирование внутрипроизводственных резервов на предприятии.
65. Сценарии развития стратегии предприятия.
66. Планирование альтернативных вариантов размещения предприятия.

67. Планирование финансовых результатов на предприятии.

68. Особенности планирования доходов и расходов на предприятии АПК.

7.1. Основная литература:

1. Организация производства: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 544 с. <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=255791>

2. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия: Учебник / М.В. Радиевский. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 377 с. // <http://znaniium.com/bookread.php?book=172534>

3. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 416 с. // <http://znaniium.com/bookread.php?book=222196>

7.2. Дополнительная литература:

1. С.В. Мокичев. Стратегический менеджмент. - Казань: Каз. ун-т, 2007. - 460с.

2. С.В. Мокичев. Современный стратегический менеджмент. - Казань: Каз. ун-т, 2009. - 77 с.

3. С.В. Мокичев. Методология экономического исследования. - Казань: Каз. ун-т, 2009 - 244 с.

4. Р. Каплан, Д. Нортон. Организация, ориентированная на стратегию. М., 2005. - 436 с.

5. Л.О. Прокопчук. Стратегический менеджмент. М., 2004. - 511 с.

7.3. Интернет-ресурсы:

Информационно-аналитическое агентство - <http://www.bloomberg.com/>

Международный валютный фонд - <http://www.imf.org/external/index.htm>

научные статьи и учебные материалы по экономике - www.catback.ru

обзоры мировых товарных рынков - www.cmmarket.ru

РосБизнесКонсалтинг - <http://rt.rbc.ru/>

экономика и управление - www.stplan.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Стратегия развития предприятия в условиях рынка" 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.

Литература

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080100.62 "Экономика" и профилю подготовки Фундаментальная экономика .

Автор(ы):

Сафиуллина А.М. _____

Фатхиев А.М. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Сафиуллин Л.Н. _____

"__" _____ 201__ г.