

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 15.07.2026 09:50:34 Уникальный программный ключ: 054c0182970293149c21699f000994038289c664	МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	Рабочая программа дисциплины "Стратегический менеджмент (научный семинар)" по направлению подготовки (специальности) 38.05.01 "Экономическая безопасность" направленности (профилю) Экономико- правовое обеспечение экономической безопасности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
--	--	---	--------

Рабочая программа дисциплины (модуля)* **Стратегический менеджмент (научный семинар)**

Направление подготовки (специальность)

38.05.01 Экономическая безопасность

Направленность (профиль)

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Присваиваемая квалификация (степень)

экономист (специалист)

Форма обучения

заочная

Год(ы) набора 2025

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения
инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Троицк 2026 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью дисциплины является формирование научных представлений и знаний о стратегическом управлении предприятием и формировании стратегии его развития.

Задачи дисциплины:

□ обучить студентов основным тенденциям развития стратегического менеджмента в современных условиях; теоретическим аспектам стратегического менеджмента, позволяющим им овладеть современными подходами управления стратегическими преобразованиями;

□ развить у студентов самостоятельность мышления при разработке концепции формирования стратегического развития организации, творческий подход при анализе и оценке практических ситуаций в различных областях деятельности организации;

□ способствовать приобретению практических навыков в области постановки целей на всех уровнях организации, анализа ее ресурсов и конкурентных возможностей, принятия и реализации стратегических решений, а также управления организацией для успешной реализации стратегии.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов, соответствующих компетенциям УК-1, ПК-4:

УК-1.1. Критически анализирует проблемную ситуацию с целью выработки стратегии действий, аргументировано формулирует собственные суждения и оценки

УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения проблемной ситуации

ПК-4.1. Знает экономические показатели результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации

ПК-4.2. Умеет составлять и анализировать финансово-экономическую отчетность организации

ПК-4.3. Владеет методами экономико-математического и статистического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: К.М.01.07

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Подготовка студентов предполагает получение базовой системы знаний по экономическим наукам.

Экономическая теория

Экономика организации (предприятия)

Разработка управленческих решений

Методология и методика экономического исследования (научный семинар)

Управление организацией (предприятием)

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Организационное поведение

Планирование и прогнозирование деятельности хозяйствующих субъектов

Научно-исследовательская работа

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Знать:

- основы стратегического планирования системы экономической безопасности хозяйствующего субъекта

Уметь:

- критически анализировать проблемную ситуацию с целью выработки стратегии действий, аргументированно формулировать собственные суждения и оценки



Владеть:

- навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий

ПК-4: Способен осуществлять подготовку экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации

Знать:

- экономические показатели результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации

Уметь:

- систематизировать и анализировать виды экономических расчетов, необходимые для составления стратегических разделов планов, и обосновывать их в соответствии с принятыми стандартами

Владеть:

- навыками анализа результатов работы команды по стратегическому планированию и личных действий в ней

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основы стратегического планирования системы экономической безопасности хозяйствующего субъекта
3.1.2	- экономические показатели результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации
3.2	Уметь:
3.2.1	- критически анализировать проблемную ситуацию с целью выработки стратегии действий, аргументированно формулировать собственные суждения и оценки
3.2.2	- систематизировать и анализировать виды экономических расчетов, необходимые для составления стратегических разделов планов, и обосновывать их в соответствии с принятыми стандартами
3.3	Владеть:
3.3.1	- критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий
3.3.2	- анализа результатов работы команды по стратегическому планированию и личных действий в ней

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость			2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	:	72	Виды контроля на курсах: зачеты 5
в том числе	:		
аудиторные занятия	:	8	
самостоятельная работа	:	58,55	
часов на контроль	:	4	
контактная работа: 9,45			
ИКР: 1,45			

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Стратегия предприятия, стратегическое планирование			
1.1	Стратегия предприятия, стратегическое планирование /Лек/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2
1.2	Стратегия предприятия, стратегическое планирование /Пр/	5	2	Л1.3 Л1.4 Л1.1 Л1.2Л2.1



Рабочая программа дисциплины "Стратегический менеджмент (научный семинар)" по направлению подготовки (специальности) 38.05.01 "Экономическая безопасность" направленности (профилю) Экономика -правовое обеспечение экономической безопасности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 5

1.3	Стратегия предприятия, стратегическое планирование /Ср/	5	18	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1
	Раздел 2. Раздел 2. Ситуационный анализ организации			
2.1	Ситуационный анализ организации /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2
2.2	Ситуационный анализ организации /Ср/	5	18	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2
	Раздел 3. Раздел 3. Стратегический потенциал организации, разработка бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности в организации			
3.1	Стратегический потенциал организации, разработка бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности в организации /Пр/	5	2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2
3.2	Стратегический потенциал организации, разработка бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности в организации /Ср/	5	22,55	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2
	Раздел 4. Иная контактная работа			
4.1	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	5	1,45	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Э1 Э2

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Собеседование
Доклад
Тест

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Тематика докладов

1. Роль стратегического менеджмента в постиндустриальную эпоху.
2. Объекты, уровни и методы стратегического планирования экономической безопасности бизнеса.
3. Оценка нестабильности внешней среды и выбор системы управления фирмой (корпорацией).
4. Стратегическое управление и государственное регулирование экономики.
5. Процесс (этапы) стратегического планирования экономической безопасности бизнеса.
6. Исследование и классификация стратегий организации.
7. Стратегический анализ внешней среды фирмы.
8. Стратегический анализ внутренней среды фирмы.
9. Стратегический анализ издержек и цепочка ценностей.
10. Анализ конкурентного преимущества фирмы.
11. Прогнозирование внешней среды фирмы.
12. Анализ и прогнозирование общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
13. Определение целей организации. Построение и оценка дерева целей организации.
14. Анализ факторов, формирующих стратегию экономической безопасности.
15. Стратегия экономической безопасности и конкурентное преимущество.
16. Сравнительный анализ разных стратегий обеспечения экономической безопасности фирмы.
17. Анализ стратегий на разных этапах жизненного цикла отрасли.
18. Стратегии конкуренции на международных рынках.
19. Стратегические альянсы.
20. Разработка и обоснование стратегии организации (корпорации, фирмы, предприятия, банка, страховой компании, университета и др. коммерческих и некоммерческих организаций).
21. Реализация стратегий организации: программы, бюджеты, бизнес-планы и т.д. Программные методы реализации стратегии организации.
22. Разработка корпоративной стратегии фирмы.
23. Стратегия диверсификации корпорации.
24. Стратегия восстановления, экономии и реструктуризации портфеля фирмы.



25. Стратегия транснациональной диверсификации корпорации.
26. Комбинированные стратегии диверсификации.
27. Разработка деловой стратегии фирмы (стратегии бизнеса, конкурентной стратегии).
28. Стратегия низких издержек фирмы.
29. Стратегия дифференциации фирмы.
30. Стратегия оптимальных издержек фирмы.
31. Стратегия фокусирования фирмы.
32. Стратегия инноваций организации
33. Стратегия быстрого реагирования.
34. Стратегия вертикальной интеграции.
35. Наступательная стратегия фирмы.
36. Оборонительная стратегия фирмы.
37. Разработка функциональной стратегии фирмы.
38. Маркетинговая стратегия организации.
39. Стратегия ценообразования организации.
40. Инвестиционная стратегия организации.
41. Финансовая стратегия организации.
42. Товарная стратегия фирмы.
43. Разработка стратегии планирования системы экономической безопасности бизнеса.
44. Разработка бизнес-плана фирмы.
45. Разработка стратегического плана фирмы.
46. Стратегический анализ диверсифицированных компаний.
47. Оценка диверсифицированного портфеля с использованием матричного анализа.
48. Стратегия обеспечения экономической безопасности и организационная структура фирмы.
49. Выполнение структуры: культура и руководство.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы для собеседования

1. Какова позиция и роль стратегического управления в общей системе менеджмента?
2. Дайте определение понятию «стратегическое управление». Выделите в содержании этого понятия ключевые термины, являющиеся самостоятельными понятиями.
3. В чем заключаются основные причины возникновения стратегического управления?
4. Определите специфические особенности стратегического планирования экономической безопасности бизнеса
5. Каково основное содержание этапов стратегического управления?
6. В чем отличие понятий «миссия», «стратегические установки», «цели» и «задачи» в стратегическом управлении?
7. Как формируется миссия организации?
8. Каким образом обеспечивается единство миссии, целей и стратегии организации и их непротиворечивость?
9. Дайте характеристику и определите содержание трех стадий стратегического управления — планирования, реализации стратегии, стратегического контроля.
10. Какие стратегии разного уровня могут быть в организации, где вы работаете (учитесь)?
11. В чем суть планирования, координации и нормативного обеспечения интегрированной комплексной деятельности подразделений по управлению рисками в соответствии со стратегическими целями организации .
12. Что понимается под стратегией предприятия?
13. Приведите классификацию стратегий предприятия. Что лежит в основе этой классификации?
14. Чем отличается корпоративная стратегия от других стратегий предприятия?
15. На каком уровне стратегических решений принимается корпоративная стратегия?
16. Охарактеризуйте основные стратегии бизнеса.
17. Назовите базовые стратегии конкуренции.
18. Каковы условия реализации и риски стратегии лидерства в издержках?
19. В чем проявляются преимущества и недостатки стратегии дифференциации?
20. Охарактеризуйте стратегию фокусирования.
21. Что понимается под стратегией диверсификации?
22. Каковы особенности процесса развития конкурентных стратегий в современном мире?
23. Какие конкурентные стратегии используются сегодня на российских предприятиях?
24. Назовите виды функциональных стратегий и охарактеризуйте их.
25. Раскройте содержание понятия «производственная стратегия».
26. Почему стратегию управления персоналом называют ключевой функциональной стратегией?
27. Почему менеджмент знаний можно рассматривать как конкурентную стратегию?
28. Что такое внешняя среда организации и каковы ее основные характеристики? Каковы цели внешнего анализа



организации?

29. Что такое SWOT - анализ и для чего он нужен?

30. Попробуйте провести SWOT-анализ внешней среды предприятий и организаций вашего города, района.

31. Какие тенденции развития российского рынка можно рассматривать как возможности, а какие — как угрозы? Обоснуйте свой ответ.

32. Как изменения макросреды могут влиять на компанию через заинтересованные группы в микросреде? Приведите примеры из российской практики.

33. Приведите примеры отраслей, где барьерами входа в отрасль для новых производителей являются:

- а) крупные капиталовложения;
- б) низкая стоимость производства;
- в) патенты;
- г) высокая квалификация персонала.

34. Приведите пример хорошо работающей фирмы любой отрасли (можно воспользоваться материалами газет или журналов). Что, по вашему мнению, является факторами успеха данной фирмы?

35. Выделите стратегические группы конкурентов, действующие на российском рынке в производстве и продаже следующих продуктов:

- а) кондитерские изделия;
- б) прохладительные напитки;
- в) легковые автомобили;
- г) косметические товары;
- д) мебель и другие.

Охарактеризуйте критерии выделения стратегических групп.

36. Какие источники и виды информации об окружающей среде управления в сфере, которая вас интересует профессионально, вы считаете наиболее существенными для достижения долгосрочного рыночного успеха?

37. Что, по-вашему мнению, нужно сделать для повышения инвестиционной привлекательности вашего региона, чтобы получить быструю и значительную отдачу?

38. Какой вид окружающей среды важнее — прямого или косвенного воздействия? Определите окружающую среду прямого и косвенного воздействия для банка, финансовой компании, торговой фирмы.

39. Назовите цели и направления управленческого анализа. Обсудите возможные подходы к проведению управленческого анализа.

40. Что дает «цепочка ценностей» М. Портера для анализа предприятия?

41. Каково влияние организационной культуры и имиджа на стратегическую позицию организации?

42. Как оценивается стратегический потенциал организации?

43. Как используется модель «цепочки ценностей (затрат)» для проведения стратегического анализа издержек?

44. Почему в современных организациях важно разрабатывать и использовать стратегию экономической безопасности бизнеса?

45. Существенно ли различаются стратегия многопрофильной организации (конгломератного типа) и стратегия фирмы, ориентированной на производство товара одного вида? В чем это различие?

46. Из каких элементов состоит цикл стратегического планирования? Почему стратегическое планирование обеспечения экономической безопасности бизнеса — это непрерывный процесс?

47. Какие ролевые стратегии фирм вы можете назвать? В чем состоит каждая из них? Приведите примеры.

48. Проанализируйте деятельность вашего вуза с точки зрения матрицы Бостонской консультативной группы. Какая из стратегий наиболее желательна в будущем? Какие другие варианты возможны? Можете ли вы предложить свой вариант?

49. Какие этапы стратегического управления охватывает модель стратегического планирования экономической безопасности бизнеса?

50. Какие требования предъявляются к стратегическим планам обеспечения экономической безопасности бизнеса?

51. Охарактеризуйте структуру стратегического плана обеспечения экономической безопасности бизнеса?

52. Каковы преимущества и недостатки корпоративной формы бизнеса?

53. Охарактеризуйте основные подходы и принципы управления корпорацией. Раскройте состав основных элементов (блоков) корпорации как системы.

54. В чем состоит корпоративное управление? Какова его сущность?

55. Каковы основные цели корпоративной стратегии?

56. Какие группы базовых стратегий выделяются в стратегическом управлении?

57. Поясните сущность стратегии концентрированного роста корпорации. Охарактеризуйте особенности применения стратегии интегрированного роста.

58. Какие вы знаете способы диверсификации Корпорации?

59. Охарактеризуйте основные условия успешной реализации стратегии в компании.

60. Какие стратегии, по вашему мнению, характерны для современных российских предприятий?



База тестовых вопросов

1 Что такое стратегическое управление?

- 1) управление объектами, имеющими стратегическое значение;
- 2) управление, при котором устанавливаются стратегические цели;
- 3) планирование на длительный срок;
- 4) постановка масштабных задач;
- 5) управление, ориентированное на достижение в отдаленном будущем целей, учитывающих тенденции развития внешней среды.

2 Кто является субъектом стратегического управления?

- 1) любая организация;
- 2) предприятие, на котором налажено стратегическое планирование;
- 3) все хозяйствующие субъекты;
- 4) крупные корпорации, преследующие широкомасштабные цели;
- 5) только коммерческие предприятия.

3 Что такое стратегия?

- 1) это общее направление, путь к достижению целей;
- 2) это набор ограничений, мешающих достижению целей;
- 3) стратегия и политика компании - одно и то же;
- 4) стратегия выражает предпочтения высшего руководства;
- 5) общее представление о главных целях фирмы.

4 В чем смысл понятия базисной стратегии?

- 1) это стратегия выпуска новой продукции;
- 2) это стратегия освоения новых рынков;
- 3) это любая избранная стратегия;
- 4) синоним основной стратегии;
- 5) стратегия головной фирмы, которой должны следовать филиалы и отделения.

5 Ключевые факторы успеха предприятия в отрасли лежат в области:

- 1) производства;
- 2) спроса;
- 3) конкуренции;
- 4) стратегического менеджмента;
- 5) государственных интересов.

6 Высший уровень стратегического менеджмента – это:

- 1) корпоративный;
- 2) деловой;
- 3) общественный.

7 Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:

- 1) стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы;
- 2) анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии;
- 3) стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование.

8 Стратегия определяет:

- 1) границы возможных действий фирмы и принимаемых управленческих решений;
- 2) сознательность управления фирмой;
- 3) эффективность использования внутреннего и внешнего потенциала.

9 Чем отличается система стратегических планов от обычного планирования?

- 1) она охватывает больше разных временных отрезков;
- 2) это планы на более длительную перспективу;
- 3) это иерархия разно уровневых планов по характеру целей и предмету планирования;
- 4) это планы расширения производства;
- 5) принципиально ничем не отличаются.



10 Можно ли определить стратегический характер планирования, исходя из величины горизонта планирования?

- 1) да, всякое планирование на срок более 3-х лет является стратегическим;
- 2) да, когда объем предстоящих затрат составляет более полугодового бюджета организации;
- 3) можно, но лишь для некоторых отраслей экономики;
- 4) нельзя ни при каких обстоятельствах;
- 5) можно, если горизонт планирования превышает 10 лет.

11 Микросреда характеризуется следующими факторами:

- 1) экономическими;
- 2) технологическими;
- 3) демографическими;
- 4) политико-правовыми;
- 5) отраслевыми;
- 6) конкурентными.
- 7) социально-культурными.

12 Конкурентоспособность государства, по М. Портеру, зависит от:

- 1) конкурентных факторов, обеспечивающих успешную конкуренцию в отрасли;
- 2) наличия финансовых ресурсов для реализации инвестиционных проектов;
- 3) условий спроса на внешнем рынке;
- 4) наличия филиалов предприятия за рубежом;
- 5) наличия в стране родственных или поддерживающих отраслей;
- 6) тенденций изменения показателей деятельности национальных предприятий;
- 7) стратегии предприятий и характера конкуренции на внутреннем рынке;
- 8) степени централизации национальной экономики.

13 На стадии спада отрасли М. Портер предлагает использовать следующие стратегии:

- 1) лидерство;
- 2) «снятие сливок»;
- 3) создание или защита определенных сегментов;
- 4) инновационную;
- 5) сбора зрелых плодов;
- 6) быстрого выхода.

14 При формировании стратегии на стадии возникновения отрасли необходимо решить следующие важные проблемы:

- 1) стать лидером по издержкам;
- 2) получить доступ к необходимым для производства и сбыта ресурсам;
- 3) определить механизм формирования конкурентного преимущества;
- 4) сформировать фирменный стиль торговой марки.

15 Основными элементами микросреды являются:

- 1) размер рынка;
- 2) отрасль;
- 3) научно-технический прогресс;
- 4) конкуренты;
- 5) покупатели;
- 6) товар.

16 Силы конкуренции, по М. Портеру:

- 1) угроза появления новых конкурентов;
- 2) инфляция;
- 3) рыночная власть поставщиков;
- 4) жизненный цикл отрасли;
- 5) угроза появления товаров заменителей;
- 6) рыночная власть покупателей;
- 7) фирмы, конкурирующие в отрасли.

17 Нестабильность внешней среды возрастает вследствие:

- 1) вхождения отрасли в стадию зрелости;



- 2) динамичностью событий;
- 3) степени усложнения обстановки;
- 4) угрозы появления новых конкурентов.

18 Слабые сигналы это:

- 1) темпы изменения событий во внешней среде;
- 2) ограниченная и неточная информация о событиях;
- 3) потенциально-опасные события, медленно проявляющиеся во внешней среде.

19 Что подразумевает PEST-анализ?

- 1) анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, способных повлиять на деятельность фирмы;
- 2) группировку всех факторов внутренней среды и изучение каждой из них в контексте влияния на развитие фирмы;
- 3) Изучение наиболее сильных конкурентов фирмы.

20 Что такое заинтересованные группы?

- 1) общественные организации, занимающиеся охраной окружающей среды и т.п.;
- 2) владельцы акций компании;
- 3) коллективы структурных подразделений компании;
- 4) брокеры, торгующие акциями данной компании;
- 5) все группы и отдельные лица, связанные с данной компанией какими-либо отношениями.

21 Что является продуктом процесса стратегического планирования?

- 1) набор стратегических ориентиров на будущий период;
- 2) повышение организационной культуры;
- 3) объединение всего персонала вокруг общей идеи;
- 4) все перечисленное выше;
- 5) система планов.

22 Стратегические возможности внешнеэкономической деятельности предприятия сводятся к:

- 1) укреплению национального производства и вывозу товаров за рубеж;
- 2) следованию стратегий низких издержек;
- 3) передачи иностранным предприятиям права на использование собственных технологий;
- 4) следованию стратегии дифференциации товара по одним и тем же характеристикам в различных странах;
- 5) следованию стратегии фокусирования для достижения постоянного конкурентного преимущества на целевых нишах;
- 6) все перечисленное выше.

23 В качестве угроз для предприятия могут быть:

- 1) рост рынка выпускаемой продукции;
- 2) низкий уровень маркетинговых исследований;
- 3) спад производства;
- 4) уменьшение рынка продукции;
- 5) невысокий уровень конкуренции;
- 6) ценовые преимущества;
- 7) неплатежи;
- 8) снижение курса национальной валюты;
- 9) возможность производить продукцию на уровне мировых стандартов;
- 10) повышение курса национальной валюты;
- 11) высокие налоги.

24 Для чего может использоваться модель Бостонской консультативной группы?

- 1) Для формирования конкурентной стратегии фирмы
- 2) Для формирования портфельной стратегии фирмы
- 3) Для формирования бизнес-стратегии фирмы

25 Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:

- 1) SWOT-анализ;
- 2) STEP-анализ;



3) управленческий анализ.

26 Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

- 1) стратегическое планирование;
- 2) стратегия;
- 3) SWOT – анализ;
- 4) стратегическое управление.

27 Что это за определение стратегического менеджмента: «источник формирования конкурентного преимущества организации»?

- 1) потенциал;
- 2) сцена;
- 3) целевые установки;
- 4) миссия.

28 К какой концепции относится данное определение: Модель представляет из себя матрицу, состоящую из 9 ячеек для отображения и сравнительного анализа стратегических позиций направлений хозяйственной деятельности организации.

- 1) концепция Бостонской консультативной группы;
- 2) концепция Джерард Электрик/Маккензи;
- 3) концепция Артур де Литтл;
- 4) концепция конкуренции Shell/DPM.

29 К какой концепции относится данное определение: Основное теоретическое положение модели состоит в том, что и отдельно взятый вид бизнеса любой организации может находиться на одной из указанных стадий жизненного цикла, и, следовательно, его нужно анализировать в соответствии именно с этой стадией.

1. концепция Бостонской консультативной группы;
2. концепция Джерард Электрик/Маккензи;
3. концепция Артур де Литтл;
4. концепция конкуренции Shell/DPM.

30 К какой концепции относится данное определение: матрица этой модели, как и матрица GE/McKinsey, является двухфакторной матрицей размерности 3х3, базирующейся на множественных оценках как качественных, так и количественных параметров бизнеса.

- 1) концепция Бостонской консультативной группы;
- 2) концепция Джерард Электрик/Маккензи;
- 3) концепция Артур де Литтл;
- 4) концепция конкуренции Shell/DPM.

31 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Довольствоваться своим положением, либо сокращать его, либо ликвидировать данный вид бизнеса в своей организации»

- 1) «Собаки»;
- 2) «Дойные коровы»;
- 3) «Трудные дети»;
- 4) «Звезды».

32 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Стараться сохранять или увеличивать долю своего бизнеса на рынке»

- 1) «Собаки»;
- 2) «Дойные коровы»;
- 3) «Трудные дети»;
- 4) «Звезды».

33 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Либо идти на увеличение доли бизнеса на рынке, либо довольствоваться тем, что достигнуто, либо сокращать данный бизнес»

- 1) «Собаки»;



- 2) «Дойные коровы»;
- 3) «Трудные дети»;
- 4) «Звезды».

34 Виды бизнеса, попадающие в три клетки, расположенные вдоль диагонали, идущей от нижнего левого к верхнему правому краю матрицы, то этот бизнес относится по матрице GE/McKinsey к:

- 1) пограничным;
- 2) сомнительным;
- 3) проигравшим;
- 4) победившим.

35 Модель ADL предполагает четыре стадии зрелости отрасли: рождение, рост, зрелость, старость. По приведенной характеристике определите стадию зрелости: На этой стадии продукция отрасли начинает пользоваться спросом у все большего числа покупателей, и конкуренты начинают бороться за получение все больших долей «увеличивающегося доходного пирога».

- 1) рождение;
- 2) рост;
- 3) зрелость;
- 4) старость.

36 Разбивка модели Shell/DPM на 9 клеток (в виде матрицы 3x3) сделана не случайно. Каждая из 9 клеток соответствует специфической стратегии. Определите какую позицию характерна для «Лидера бизнеса»:

- 1) отрасль привлекательна и организация имеет в ней сильные позиции, являясь лидером; потенциальный рынок велик, темпы роста рынка высокие; слабых сторон организации, а также явных угроз со стороны конкурентов не отмечается.
- 2) отрасль умеренно привлекательна, но организация занимает в ней сильные позиции. Такое организация является одним из лидеров, находящимся в зрелом возрасте жизненного цикла данного бизнеса. Рынок является умеренно растущим или стабильным, с хорошей нормой прибыли и без присутствия на нем какого либо другого сильного конкурента.
- 3) организация занимает достаточно сильные позиции в непривлекательной отрасли. Оно, если не лидер, то один из лидеров здесь. Рынок является стабильным, но сокращающимся, а норма прибыли в отрасли – снижающейся. Существует определенная угроза и со стороны конкурентов, хотя продуктивность организации высока, а издержки низки.
- 4) организация занимает среднее положение в привлекательной отрасли. Поскольку доля рынка, качество продукции, а также репутация организации достаточно высоки (почти такие же, как и у отраслевого лидера), то организация может превратиться в лидера, если разместит свои ресурсы надлежащим образом.

37 Каковы предпосылки стратегического планирования?

- 1) это допущения, которые принимаются как возможные события или процессы при составлении стратегических планов;
- 2) это экстраполированные тенденции развития планирующей организации за последний год деятельности;
- 3) наличие грамотного руководителя;
- 4) наличие масштабной цели и группы опытных специалистов по планированию;
- 5) достаточной предпосылкой является стремление расширить масштабы деятельности.

38 С какими ключевыми вопросами связан процесс стратегического маркетинга:

- 1) кто покупатель продукции предприятия?
- 2) в каком бизнесе находится предприятие?
- 3) какое позиционирование может быть избрано предприятием на рынках товара, образующих его базовый рынок?
- 4) в чем ценность продукта для потребителя?
- 5) какова привлекательность рынков товаров, учитывая возможности и угрозы?
- 6) в чем «сила» и «слабости» предприятия, на основе которых формируются его преимущества?
- 7) какова стратегия развития предприятия?
- 8) какова стратегия охвата рынка?

39 Какие из перечисленных этапов не относятся к формированию стратегического маркетинга?

- 1) формирование миссии и целей;
- 2) формирование экономической политики предприятия;
- 3) формирование инвестиционной деятельности предприятия;



4) формирование товарного ассортимента.

40 Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы концепции стратегического маркетинга, анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, классификации и анализа конкурентов, планирования сбыта и товародвижения, планирования рекламной кампании – это:

- 1) стратегический план производства;
- 2) стратегический план управления персоналом;
- 3) стратегический план маркетинга

41 Стратегия ценообразования предусматривает несколько разновидностей:

- 1) «снятия сливок»;
- 2) диверсификации;
- 3) корпоративной стратегии экономии;
- 4) проникновения на рынок.

42 Назовите объекты сегментации рынка:

- 1) цена;
- 2) потребители;
- 3) предприятия;
- 4) экономическая среда;
- 5) продукция;
- 6) спрос.

43 При формировании стратегии на стадии возникновения отрасли необходимо решить следующие важные проблемы:

- 1) стать лидером по издержкам;
- 2) получить доступ к необходимым для производства и сбыта ресурсам;
- 3) определить механизм формирования конкурентного преимущества;
- 4) сформировать фирменный стиль торговой марки.

44 Правда ли, что на стадии роста отрасли:

- 1) ведется конкурентная борьба за величину рыночной доли;
- 2) технический прогресс может свести на нет эффект инвестиций и опыта;
- 3) фактор дифференциации продукции теряет свое значение.

45 На стадии зрелости отрасли нельзя осуществлять:

- 1) инновации в производство;
- 2) отбор «хороших» покупателей;
- 3) производство продукта с огромным разнообразием модельного ряда.

46 В основе стратегии лидерства по издержкам лежит:

- 1) анализ уязвимости маркетинга и риск инвестиций;
- 2) опыт производства данной продукции;
- 3) структура хозяйственного портфеля;
- 4) масштаб производства.

47 Стратегия дифференциации предполагает:

- 1) риск появления новых конкурентов с товаром-заменителем;
- 2) создание продукта уникального на уровне отрасли;
- 3) необходимость низкой, себестоимости продукции.

48 Стратегия фокусирования направлена на:

- 1) изменение вкусов потребителей;
- 2) удовлетворение потребностей с большей эффективностью, чем конкуренты;
- 3) увеличение гибкости в конкурентной борьбе.

49 Что такое диверсификация?

- 1) принцип маркетинговой деятельности;
- 2) провозглашение намерений предприятия в какой-либо области;



- 3) расширение товарного ассортимента;
4) особый этап стратегического планирования.

50 Может ли диверсификация обеспечить преимущества, если:

- 1) необходима предприятию как средство выживания в течение продолжительного времени;
2) имеется благоприятный организационный климат;
3) ведет к синергизму;
4) предоставляет широкий выбор продуктов;
5) способствует эффективному использованию избытка средств;
6) все перечисленное выше.

6.4. Критерии оценивания

Собеседование

Собеседование – специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Критерием оценивания результатов собеседования является оценка.

Критерии оценки:

- ☐ оценка «отлично» выставляется студенту, если: он полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков. Могут быть допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов;
- ☐ оценка «хорошо» ставится, если: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации;
- ☐ оценка «удовлетворительно» ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить знание теории в процессе собеседования;
- ☐ оценка «неудовлетворительно» ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, критического восприятия информации.

Доклад

Критерием оценивания доклада является оценка.

Критерии оценки:

- ☐ оценка «отлично» выставляется студенту, если текст доклада тесно увязан с заявленной темой; актуальность представляемого материала обоснована и доказательна; доклад дополняется наглядной, информативной презентацией; материал доклада представляется эмоционально, громко и разборчиво; докладчик приводит конкретные примеры, подтверждающие те или иные факты из предметной области вопроса, акцентируя внимание на наиболее важные моменты материала;
- ☐ оценка «хорошо» выставляется студенту, если текст доклада в основных моментах пересекается с заявленной темой; студент представляет материал доклада понятно и доступно; докладчик приводит конкретные примеры, подтверждающие те или иные факты из предметной области вопроса;
- ☐ оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если текст доклада частично отражает содержание заявленной темы; в ходе доклада студент практически всегда читает материал с листа; докладчик не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса;
- ☐ оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если текст доклада не отражает содержание заявленной темы; в ходе доклада студент читает материал с листа; докладчик не приводит конкретных примеров, подтверждающих те или иные факты из предметной области вопроса; студент не может ответить на задаваемые по теме доклада вопросы.

Тест



Тест – является простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом и конкретными знаниями. Тест состоит из небольшого количества элементарных задач; может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; занимает часть учебного занятия (10–30 минут); правильные решения разбираются на том же или следующем занятии; частота тестирования определяется преподавателем.

Критерии оценивания тестов:

Неудовлетворительно - менее 60 баллов, Удовлетворительно - 60-75 баллов, Хорошо - 76-95, Отлично - 96-100 баллов

Незачтено - менее 60 баллов, Зачтено - 60-100 баллов

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Сергеев Н. П.	Стратегический менеджмент: научная литература (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89726)	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС
ЛП.2	Панов А. И., Коробейников И. О., Панов В. А.	Стратегический менеджмент: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691956)	Москва : Юнити-Дана, 2017	ЭБС
ЛП.3	Казакова Н.А., Александрова А. В., Курашова С. А., Кондрашева Н. Н., Казакова Н.А.	Стратегический менеджмент: учебник (https://znanium.ru/catalog/document?id=471898)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2026	ЭБС
ЛП.4	Абрамов В. С., Абрамов С. В.	Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/582407)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Долгов А. И., Прокопенко Е. А.	Стратегический менеджмент: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145)	Москва : ФЛИНТА, 2021	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. URL: http://biblioclub.ru/
Э2	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт https://biblio-online.ru

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle

Microsoft Office Professional Plus 2010 (Лицензия Троицкого филиала)

Microsoft Office Professional Plus 2013 (Лицензия Троицкого филиала)

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Электронная библиотека экономической и деловой литературы [Электронный ресурс] : // AUP.Ru : административно-управленческий портал / АУП-Консалтинг. – [Б. м., 1999-]. – Режим доступа : <http://www.aup.ru/>, свободный.

2. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека [научной периодики на русском языке]. – Москва, [1999-]. – Доступ к полным текстам из сети ЧелГУ. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/defaultx.asp> .

3. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании Консультант Плюс. – Режим доступа : <http://consultant.ru/>, свободный.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)



Для реализации дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (мультимедийное устройство, проектор, ноутбук или стационарный компьютер).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (презентации).

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

КРабота с преподавателем охватывает два вида учебных занятий: лекционные занятия и практические занятия в учебных аудиториях

Последовательность проведения данных занятия, их содержание определяются настоящей программой.

Посещение данных занятий является обязательным для всех студентов.

Практические занятия требует подготовки студентов, предусматривающей изучение теоретического материала по теме занятия с использованием учебной литературы, перечень которой приведен в данной рабочей программе.

При необходимости в процессе работы над заданием студент может получить индивидуальную консультацию у преподавателя.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (Microsoft Teams, форумы, электронная почта, сотовая связь) и отложенного времени (системы дистанционного обучения Moodle, электронная почта, форумы).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством системы дистанционного обучения Moodle, электронной почты, сотовой связи, форумов.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с



использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

38.05.01 Экономическая безопасность, Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности, РПД: Стратегический менеджмент (научный семинар), заочная форма обучения

Проректор по учебной работе

утверждено 02.03.2026

А.А. Саламатов

Ученым советом Троицкого филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 6 от 26.02.2026

Председатель Ученого совета
Троицкого филиала ФГБОУ ВО
«ЧелГУ»

СОГЛАСОВАНО

Л.А. Захарова

Заседанием кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин

Протокол заседания № 6 от 24.02.2026

Заведующий кафедрой

СОГЛАСОВАНО

И.В. Черетских

Автор (составитель)

Е.А. Иванова

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1