

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Механико-математический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан механико-математического факультета
Захаров А.М.
27.09.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Стратегический менеджмент

Направление подготовки магистратуры
09.04.03 – Прикладная информатика

Профиль подготовки магистратуры
Прикладная информатика в экономике

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
очная

Саратов,
2024

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Иванилова С.В.		27.09.24
Председатель НМК	Тышкевич С.В.		27.09.24
Заведующий кафедрой	Дудов С.И.		27.09.24
Специалист Учебного управления			

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины - формирование базовых знаний, умений и навыков для студентов не экономических направлений подготовки, для успешного освоения дальнейших курсов и предметов программы обучения.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Стратегический менеджмент» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП по направлению 09.04.03 Прикладная информатика, профилю «Прикладная информатика в экономике».

В методическом плане дисциплина базируется на понятиях следующих учебных курсов: «Теория менеджмента», «История управленческой мысли», «Маркетинг», «Теория организации». Набор входящих знаний и умений, состоящий в понимании основных понятий и методов менеджмента, закономерностей развития организации и экономики обеспечивают требуемый фундамент для изучения современных концепций стратегического менеджмента и разработки эффективных стратегий развития организации, обеспечения ее конкурентоспособности в условиях изменчивой внешней среды. Дисциплина связана со всеми основными общими и специальными курсами, входящими в перечень курсов данного направления.

3. Результаты обучения по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-4. Способен применять на практике новые научные принципы и методы исследований.	1.1_М.ОПК-4. Владеет новыми научными принципами и методами исследований.	Знать: научные принципы и методы исследования Уметь: применять на практике новые научные принципы и методы исследований. Владеть: новыми научными принципами и методами исследований
	2.1_М.ОПК-4. Обладает способностью изучать новейшие научные принципы и методы исследований.	Знать: теоретические и прикладные основы принципов и методов исследования Уметь: применять на практике теоретические и прикладные основы основных принципов и методов исследования Владеть: новейшими

		научными принципами и методами исследований
	3.1_М.ОПК-4. Применяет на практике новые научные принципы и методы исследований.	Знать: способы и методы применения на практике новых научных принципов и методов исследования Уметь: применять эти способы на практике Владеть: приемами применения новых научных принципов и методов исследования
ПК-8. Способность обосновывать подходы, используемые в бизнес-анализе и руководстве бизнес-анализе	1.1_М.ПК-8. Грамотно определяет подходы к проведению бизнес-анализа, к работе с информацией бизнес-анализа, к работе с заинтересованными сторонами, к разработке различных типов требований, к работе с изменениями различных типов требований, к оценке эффективности работы по бизнес-анализу	Знать: подходы к проведению бизнес-анализа Уметь: проводить бизнес-анализ Владеть: методами проведения бизнес-анализа
	2.1_М.ПК-8. Планирует, организовывает и проводит встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами.	Знать: способы планирования, организации и проведения деловых встреч Уметь: вести переговоры с заинтересованными сторонами Владеть: организаторскими способностями
	3.1_М.ПК-8. Выявляет, регистрирует, анализирует и классифицирует риски и разрабатывает комплекс мероприятий по их минимизации. Оформляет результаты бизнес-анализа в	Знать: теорию рисков Уметь: анализировать и классифицировать риски Владеть: информационными технологиями, необходимыми для проведения бизнес-анализа.

	соответствии с выбранными подходами. Применяет информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа.	
ПК-12. Способность определять направлений развития организации и разрабатывать стратегии управления изменениями в организации	<p>1.1_М.ПК-12.</p> <p>Оценивает текущее состояния организации и определяет параметры будущего состояния организации. Выявляет, анализирует и оценивает несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации, бизнес-возможности организации, необходимые для проведения стратегических изменений в организации</p>	<p>Знать: способы оценки текущего состояния организации</p> <p>Уметь: определять параметры будущего состояния организации</p> <p>Владеть: методами и способами анализа и оценки несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации</p>
	<p>2.1_М.ПК-12.</p> <p>Планирует, организовывает и проводит встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами. Использует техники эффективных коммуникаций.</p> <p>Выявляет, регистрирует, анализирует и классифицирует риски и разрабатывает комплекс мероприятий по их минимизации.</p> <p>Оформляет результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами</p>	<p>Знать: коммуникативные способы ведения бизнеса</p> <p>Уметь: разрабатывать разрабатывает комплекс мероприятий по их минимизации рисков</p> <p>Владеть: различными методами и способами представления информации по бизнес-анализу</p>

	и определяет связи и зависимости между элементами информации бизнес-анализа. Представляет информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами и применяет информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа.	
	<p>3.1_М.ПК-12.</p> <p>Анализирует внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации, требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами.</p> <p>Разрабатывает бизнес-кейсы и проводит анализ деятельности организации.</p>	<p>Знать: методы анализа внутренних (внешних) факторов и условий, влияющих на деятельность организации</p> <p>Уметь: проводить данный анализ сторон с точки зрения критериев качества</p> <p>Владеть: методами и способами разработки бизнес-кейсов и проведения анализа деятельности организации</p>

4. Структура и содержание дисциплины «Стратегический менеджмент»

Общая трудоемкость составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

№ n/n	Раздел дисциплины	Се- мес- тр	Нед- еля сем- ест- ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Формы промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лек- ч	Практ. занятия		K C P	СР	Кон- тро- ль		
					Общая трудоемкость	Из них: практическая подготовка					
1.	Сущность	и	I	1-9	1	1			1		опрос,

	содержание стратегического менеджмента.								проверка дом. задания
2.	Понятие и модели стратегического менеджмента.	I	1-3	1	1		1	1	опрос, проверка дом. задания
3.	Стратегическое направление развития организации: целевые установки.	I	4-6	1	1			1	опрос, проверка дом. задания
4.	Корпоративные и конкурентные стратегии.	I	7-9	1	1			1	опрос, проверка дом. задания
5.	Стратегический анализ внешней среды фирмы.	1	10-18	3	3			10	Коллоквиум
6.	Стратегический анализ отрасли и рынка.	1	10	3	3			5	опрос, проверка дом. задания
7.	Стратегический анализ внутренней среды фирмы.	1	11-12	3	3		1	10	опрос, проверка дом. задания
8.	Портфельный анализ	1	13-15	2	2			4	опрос, проверка дом. задания
9.	Подходы и методы стратегического выбора.	1	16	2	2			1	опрос, проверка дом. задания
10.	Организация реализации стратегии: основные этапы реализации стратегии и объекты стратегических изменений.	1	17-18	1	1				опрос, проверка дом. задания
Промежуточная аттестация									Зачет Контрольная работа
Итого 72 часа			18	18	0	2	34		
Общая трудоемкость дисциплины				72 часа					

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Сущность и содержание стратегического менеджмента.

Тема 2. Понятие и модели стратегического менеджмента. Понятие и роль стратегии. Определение понятий: стратегия, стратегическое планирование и стратегический менеджмент. «5П» стратегии Г. Минцберга. Иерархия стратегий в организации. Пять задач стратегического менеджмента Томпсона и Стрикленда. Основные этапы стратегического процесса. Стратегические решения: сущность и особенности. Виды стратегических решений: предпринимательские, адаптивные,

планирующие. Распределение полномочий на принятие стратегических решений. Особенности стратегий для разных типов организаций.

Тема 3. Стратегическое направление развития организации: целевые установки. Формирование стратегического видения, миссии и целевых показателей. Три составляющие стратегического видения. Миссия фирмы и принципы ее формирования. Отражение в миссии и в приоритетах стратегических целей фирмы интересов стейкхолдеров (собственников, менеджеров, работников, общества, потребителей). Методологические основы формирования целей деловой организации. Виды целей и их приоритетность. SMART – принцип.

Тема 4. Корпоративные и конкурентные стратегии. Выстраивание стратегической пирамиды. Корпоративная стратегия, деловая стратегия, функциональная стратегия, операционная стратегия. Эталонные стратегии корпоративного уровня: стратегии роста, стабилизации и сокращения. Конкурентные стратегии - матрица М.Портера. Конкурентные стратегии: условия эффективного применения стратегии лидерства по издержкам, дифференциации, фокусирования и стратегии «застрявшего на полпути». Риски проведения стратегий реализации конкурентных преимуществ. Запас конкурентоспособности фирмы. Стратегии продукта на различных этапах жизненного цикла.

Тема 5. Стратегический анализ внешней среды фирмы. Анализ макроокружения. Цели и задачи стратегического анализа внешнего окружения. Этапы стратегического анализа внешней среды компании. Характеристика изменчивости макросреды бизнеса. Методика проведения PEST – анализа. Системы стратегической информации в организации. Влияние факторов макросреды на деловые организации различного профиля деятельности.

Тема 6. Стратегический анализ отрасли и рынка. Конкурентный анализ отрасли на основе модели М.Портера. Оценка привлекательности отрасли и движущие силы развития. Определение бизнес-ландшафта фирмы. Параметры отрасли и ключевые факторы успеха. Виды конкурентной борьбы. Анализ конкурентного положения фирмы в отрасли. Построение карты стратегических групп конкурентов в отрасли. Зависимость стратегических возможностей отрасли от стадии жизненного цикла отрасли и ее структурированности. Сетевая экономика как фактор, определяющий конкурентные условия в отрасли.

Тема 7. Стратегический анализ внутренней среды фирмы. Стратегический потенциал и конкурентные преимущества фирмы. Цели, принципы и методы анализа внутренней среды фирмы. Методы и источники приобретения устойчивых конкурентных преимуществ. Методика SWN- анализа. Корневые компетенции бизнеса: содержание, модели идентификации и использования. Бизнес- модель и конкурентоспособность фирмы. Факторы конкурентоспособности: эффект масштаба, эффект размаха, эффект обучения. Диверсификация как фактор образования конкурентных преимуществ. Цепочка создания ценности М.Портера, как инструмент создания конкурентных преимуществ.

Тема 8. Портфельный анализ диверсифицированной компании. Базовые теоретические положения матриц портфельного анализа. Цели портфельного анализа диверсифицированной компании. Оценка инвестиционной

привлекательности СБЕ с помощью матриц портфельного анализа. Сравнительный анализ прочности бизнеса с помощью матричного метода.

Тема 9. Подходы и методы стратегического выбора. Формулирование стратегического выбора: набор альтернатив, критерии оценки и выбора. Базовые стратегические альтернативы роста и возможные стратегические риски. Матрица И.Ансоффа. Выбор стратегии на основе матрицы Томпсона и Стрикленда. Стратегический выбор и корневые компетенции. Типовые ошибки при выборе корпоративных и конкурентных стратегий. Согласование и взаимосвязь стратегий корпоративного, делового и функционального уровня.

Тема 10. Организация реализации стратегии: основные этапы реализации стратегии и объекты стратегических изменений. Этапы реализации стратегии и объекты стратегических изменений. Формирование политики и поддерживающих стратегий. Модель 7S. Организационная структура как объект изменений. Преобразование организационной культуры. Стратегический контроль. Управление в условиях стратегических изменений: индивидуальное и групповое сопротивление изменениям: человеческий фактор, источники и сила сопротивления, управление сопротивлением. Внешние факторы реализации стратегии: виды и способы внешних стратегических изменений (использование интеграции и кооперации путем создания стратегических

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

В соответствии с требованиями ФГОС ВО подготовка обучающихся по данной дисциплине предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения как лекционных занятий с рассмотрением реальных рыночных ситуаций, так и практических занятий. На практических занятиях осуществляется совместный разбор в интерактивном режиме конкретных ситуаций, возникающих на рынке ценных бумаг.

Эффективность применения интерактивных форм обучения обеспечивается реализацией следующих условий:

- создание диалогического пространства в организации учебного процесса;
- использование принципов социально – психологического обучения в учебной и внеучебной деятельности;
- мониторинг личностных особенностей и профессиональной направленности студентов;
- формирование психологической готовности студентов к использованию интерактивных форм обучения, направленных на развитие внутренней активности обучающихся;

Использование интерактивных форм и методов обучения направлено на достижение ряда важнейших образовательных целей:

- стимулирование мотивации и интереса в области анализа сложных систем и обработки данных и в общеобразовательном, общекультурном и профессиональном плане;
- повышение уровня активности и самостоятельности обучаемых;

- развитие навыков анализа, критического мышления, взаимодействия, коммуникации в коллективе;
- саморазвитие и развитие обучаемых благодаря активизации мыслительной деятельности и диалогическому взаимодействию с преподавателем и другими участниками образовательного процесса.
 - применение веб технологий с элементами мозгового штурма;
 - применение веб технологий и методов деловой игры;
 - практические занятия проводятся с целью развития компетенций самостоятельной организации численного экспериментирования при исследовании фундаментальных задач теории функций, теории кодирования сигналов, математической физики и обыкновенных дифференциальных уравнений;
 - в рамках практических занятий обучающийся должен овладеть мастерством моделирования прикладных задач с помощью теоретических результатов фундаментальных исследований;
 - на практических занятиях осваиваются навыки выбора и применения программного обеспечения, алгоритмов и технологий моделирования прикладных задач;

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями научных организаций и представителями различных научных школ.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 30% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50% аудиторных занятий.

Особенности проведения занятий для граждан с ОВЗ и инвалидностью

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуализации обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены следующие формы организации учебного процесса и контроля знаний:

-для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студентам предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации учебного процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

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

К основным учебно-методическим средствам обеспечения самостоятельной работы студентов относятся ресурсы научной библиотеки СГУ, электронные методические материалы, указанные в п.8. предусматривается самостоятельное выполнение заданий по основным темам курса с использованием ПК с последующим проведением на практических занятиях выборочного контроля и совместного обсуждения результатов выполнения заданий.

При изучении спецкурса предусмотрены следующие виды самостоятельной работы обучающихся:

- разбор теоретического материала по конспектам лекций и пособиям;
- самостоятельное изучение указанных теоретических вопросов;
- решение задач по темам практических занятий;
- выполнение домашней контрольной работы.

Вопросы для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

1. Сущность и содержание стратегического менеджмента.
2. Понятие и модели стратегического менеджмента.
3. Понятие и роль стратегии.
4. Определение понятий: стратегия, стратегическое планирование и стратегический менеджмент.
5. «5П» стратегии Г. Минцберга.
6. Иерархия стратегий в организации.
7. Пять задач стратегического менеджмента Томпсона и Стрикленда.
8. Основные этапы стратегического процесса.
9. Стратегические решения: сущность и особенности.
10. Виды стратегических решений: предпринимательские, адаптивные, планирующие.
11. Распределение полномочий на принятие стратегических решений.
12. Особенности стратегий для разных типов организаций.
13. Стратегическое направление развития организаций: целевые установки.
14. Формирование стратегического видения, миссии и целевых показателей.

15. Три составляющие стратегического видения.
16. Миссия фирмы и принципы ее формирования.
17. Отражение в миссии и в приоритетах стратегических целей фирмы интересов стейкхолдеров (собственников, менеджеров, работников, общества, потребителей).
18. Методологические основы формирования целей деловой организации. Виды целей и их приоритетность.
19. SMART – принцип.
20. Корпоративные и конкурентные стратегии.
21. Конкурентные стратегии - матрица М.Портера.
22. Конкурентные стратегии: условия эффективного применения стратегии лидерства по издержкам, дифференциации, фокусирования и стратегии «застрявшего на полпути».
23. Риски проведения стратегий реализации конкурентных преимуществ.
24. Запас конкурентоспособности фирмы.
25. Стратегии продукта на различных этапах жизненного цикла.
26. Стратегический анализ внешней среды фирмы.
27. Стратегический анализ отрасли и рынка
28. Стратегический анализ внутренней среды фирмы.
29. Портфельный анализ диверсифицированной компании.
30. Подходы и методы стратегического выбора.
31. Формулирование стратегического выбора: набор альтернатив, критерии оценки и выбора.
32. Базовые стратегические альтернативы роста и возможные стратегические риски. Матрица И.Ансоффа.
33. Выбор стратегии на основе матрицы Томпсона и Стрикленда.
34. Организация реализации стратегии: основные этапы реализации стратегии и объекты стратегических изменений.

План практических занятий

Занятие 1. Понятие и модели стратегического менеджмента. Понятие и роль стратегии. Определение понятий: стратегия, стратегическое планирование и стратегический менеджмент. «5П» стратегии Г. Минцберга. Иерархия стратегий в организации. Пять задач стратегического менеджмента Томпсона и Стрикленда. Основные этапы стратегического процесса. Стратегические решения: сущность и особенности. Виды стратегических решений: предпринимательские, адаптивные, планирующие. Распределение полномочий на принятие стратегических решений. Особенности стратегий для разных типов организаций.

Занятие 2. Стратегическое направление развития организации: целевые установки. Формирование стратегического видения, миссии и целевых показателей. Три составляющие стратегического видения. Миссия фирмы и принципы ее формирования. Отражение в миссии и в приоритетах стратегических целей фирмы интересов стейкхолдеров (собственников, менеджеров, работников, общества, потребителей). Методологические основы формирования целей деловой организации. Виды целей и их приоритетность. SMART – принцип.

Корпоративные и конкурентные стратегии. Выстраивание стратегической пирамиды. Корпоративная стратегия, деловая стратегия, функциональная стратегия, операционная стратегия. Эталонные стратегии корпоративного уровня: стратегии роста, стабилизации и сокращения. Конкурентные стратегии - матрица М.Портера. Конкурентные стратегии: условия эффективного применения стратегии лидерства по издержкам, дифференциации, фокусирования и стратегии «застрявшего на полути». Риски проведения стратегий реализации конкурентных преимуществ. Запас конкурентоспособности фирмы. Стратегии продукта на различных этапах жизненного цикла.

Занятие 3-5. Стратегический анализ внешней среды фирмы. Анализ макроокружения. Цели и задачи стратегического анализа внешнего окружения. Этапы стратегического анализа внешней среды компании. Характеристика изменчивости макросреды бизнеса. Методика проведения PEST – анализа. Системы стратегической информации в организации. Влияние факторов макросреды на деловые организации различного профиля деятельности.

Стратегический анализ отрасли и рынка. Конкурентный анализ отрасли на основе модели М.Портера. Оценка привлекательности отрасли и движущие силы развития. Определение бизнес-ландшафта фирмы. Параметры отрасли и ключевые факторы успеха. Виды конкурентной борьбы. Анализ конкурентного положения фирмы в отрасли. Построение карты стратегических групп конкурентов в отрасли. Зависимость стратегических возможностей отрасли от стадии жизненного цикла отрасли и ее структурированности. Сетевая экономика как фактор, определяющий конкурентные условия в отрасли.

Занятие 6-7. Стратегический анализ внутренней среды фирмы. Стратегический потенциал и конкурентные преимущества фирмы. Цели, принципы и методы анализа внутренней среды фирмы. Методы и источники приобретения устойчивых конкурентных преимуществ. Методика SWN- анализа. Корневые компетенции бизнеса: содержание, модели идентификации и использования. Бизнес- модель и конкурентоспособность фирмы. Факторы конкурентоспособности: эффект масштаба, эффект размаха, эффект обучения. Диверсификация как фактор образования конкурентных преимуществ. Цепочка создания ценности М.Портера, как инструмент создания конкурентных преимуществ.

Занятие 8. Портфельный анализ диверсифицированной компании. Базовые теоретические положения матриц портфельного анализа. Цели портфельного анализа диверсифицированной компании. Оценка инвестиционной привлекательности СБЕ с помощью матриц портфельного анализа. Сравнительный анализ прочности бизнеса с помощью матричного метода.

Занятие 9. Подходы и методы стратегического выбора. Формулирование стратегического выбора: набор альтернатив, критерии оценки и выбора. Базовые стратегические альтернативы роста и возможные стратегические риски. Матрица И.Ансоффа. Выбор стратегии на основе матрицы Томпсона и Стрикленда. Стратегический выбор и корневые компетенции. Типовые ошибки при выборе корпоративных и конкурентных стратегий. Согласование и взаимосвязь стратегий корпоративного, делового и функционального уровня.

Организация реализации стратегии: основные этапы реализации стратегии и объекты стратегических изменений. Этапы реализации стратегии и объекты стратегических изменений. Формирование политики и поддерживающих стратегий. Модель 7S. Организационная структура как объект изменений. Преобразование организационной культуры. Стратегический контроль. Управление в условиях стратегических изменений: индивидуальное и групповое сопротивление изменениям: человеческий фактор, источники и сила сопротивления, управление сопротивлением. Внешние факторы реализации стратегии: виды и способы внешних стратегических изменений (использование интеграции и кооперации путем создания стратегических

Пример контрольной работы

Формирование ассортиментной политики предприятия

1. Исходные данные по ассортиментной политике предприятия

Таблица 1 - Исходные данные для оценки рациональности ассортиментной политики предприятия.

Наименование изделия	Себестоимость, тыс. у.д.е.	Доход, тыс. у.д.е.	Возможность повышения цены	Возможность снижения себестоимости	Увеличение затрат от снижения себестоимости, %	Возможности увеличения объема выпуска, %	Возможности расширения объема рынка, %	Объем выпуска, тыс. шт	Прибыль, тыс. у.д.е.
А	2013	3768	0	0	43.5	108	133.2	434	1755
Б	1837	2316	0	1	8.1	68.7	130	281	479
В	7750	7903	0	1	39.5	113.6	92.8	748	153
Г	3982	5329	0	2	6.6	148.5	100.5	555	1347
Д	2290	2753	0	1	46.3	153.3	118.2	236	463
Е	8953	9591	1	1	5.5	146.7	84.3	972	638
Ж	6986	7910	1	1	27.3	97.3	109.5	827	924
З	1656	3467	1	1	13.8	149.6	97	351	1811
И	7552	9171	0	0	12.3	144.5	88.1	925	1619
К	692.4	1298	1	0	41.4	109.6	80.9	70.8	605.6

2. На основании данных таблицы 1 провести ранговый анализ ассортимента по уровню рентабельности и объемам реализации каждой ассортиментной позиции. Результаты оформим в таблицу 2.

Таблица 2 - Ранговый анализ ассортимента

Условное наименование изделия	Объем выпуска, тыс.шт.	Удельный вес выпуска, % общего объема выпуска	Рентабельность, %	Ранг объема выпуска	Ранг рентабельности	Разница рангов
А	433.6	8.032	87.183	5	8	3
Б	280.8	5.202	26.075	3	5	2
В	747.5	13.847	1.974	7	1	6
Г	555.1	10.283	33.827	6	6	0
Д	236.2	4.375	20.218	2	3	1
Е	972.1	18.007	7.126	10	7	3
Ж	826.5	15.310	13.226	8	2	6
З	351.2	6.506	109.360	4	10	6
И	924.6	17.127	21.438	9	4	5
К	70.8	1.311	87.464	1	9	8
сумма	5398.4					

3. Рассчитать коэффициент корреляции ранга выпуска и ранга рентабельности. Процесс и результаты отразить в таблице 3, ниже сделать выводы по таблице.

Таблица 3 – Данные для расчета коэффициента корреляции

X (ранг выпуска)	Y(ранг рент-ти)	XY	X*X	Y*Y
5	8			
3	5			
7	1			
6	6			
2	3			
10	7			
8	2			
4	10			
9	4			
1	9			
55	55			

4. Построить график рангов выпуска и рентабельности продукции

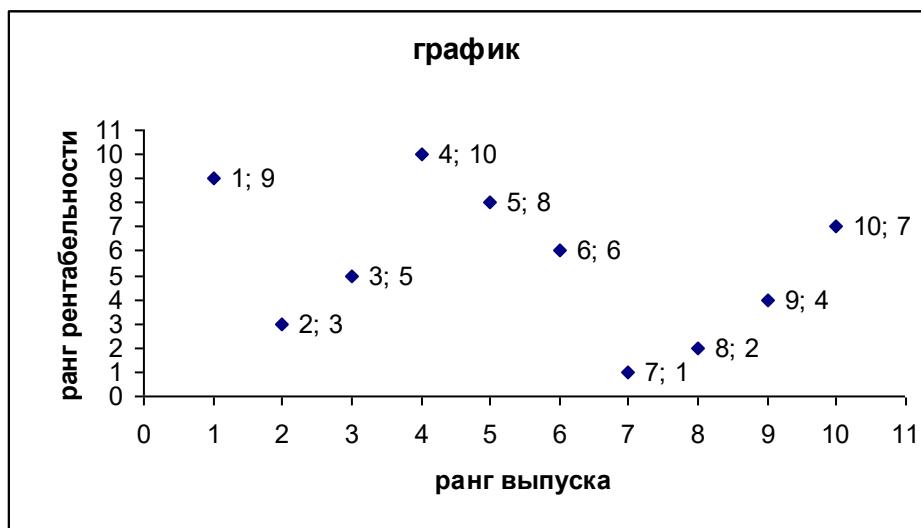
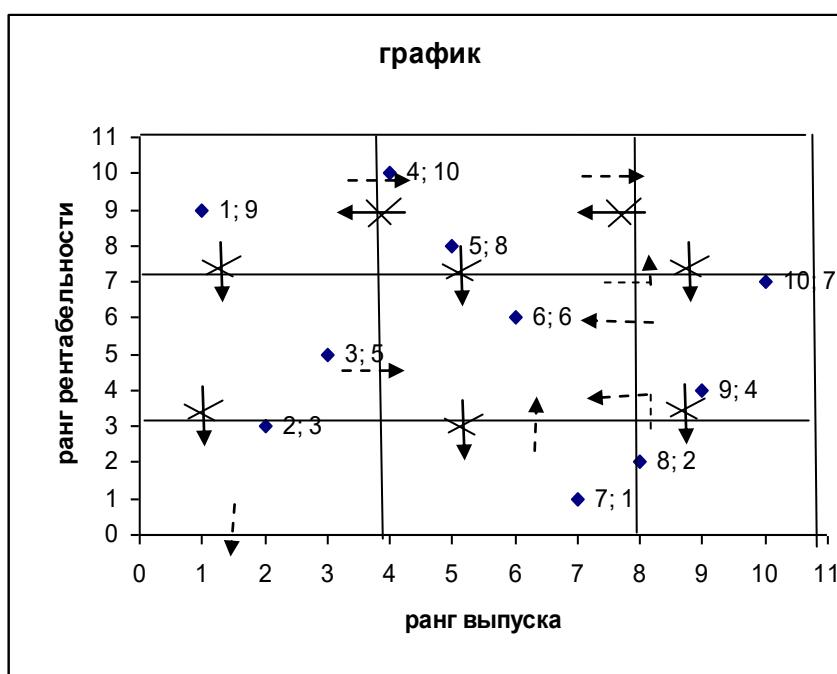


Рисунок 1 – График рангов выпуска и рентабельности продукции

5. Провести анализ и выявить возможности совершенствования ассортиментной политики.



-----► желательное направление изменения параметров
 ✕-----► - нежелательное направление изменения параметров

Рисунок 2 - Анализ совершенствования ассортиментной политики предприятия

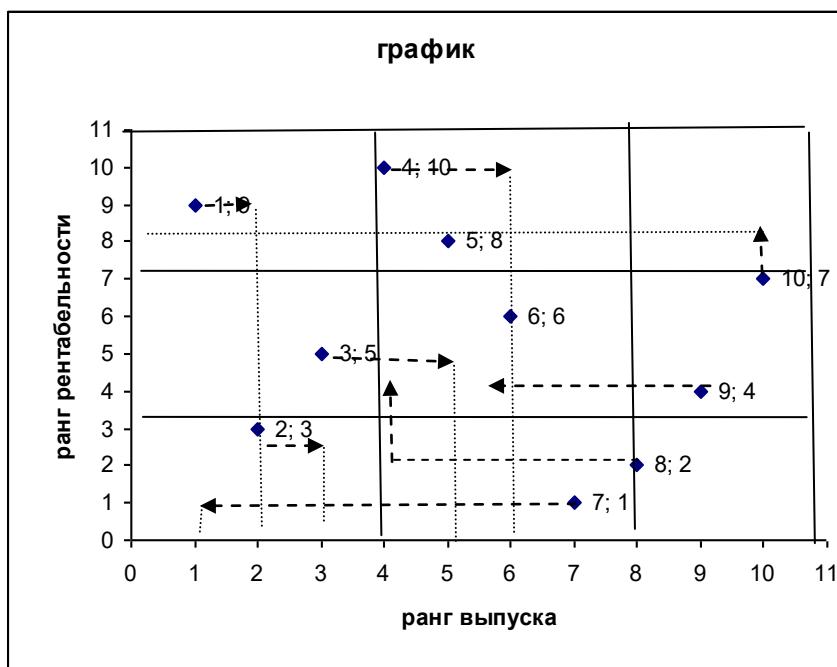


Рисунок 3 - Предполагаемая ассортиментная политика компании.

6. Отразить новые, предположения параметров в таблице

Таблица 4 - Параметры предполагаемой ассортиментной политики по выбранной ассортиментной группе

Условное наименовани е изделия	Ранг объема выпуска	Ранг рентабельности	Разница рангов
А	7	7	0
Б	6	5	1
В	1	1	0
Г	8	6	2
Д	3	2	1
Е	10	8	2
Ж	4	3	1
З	9	10	1
И	5	4	1
К	2	9	7

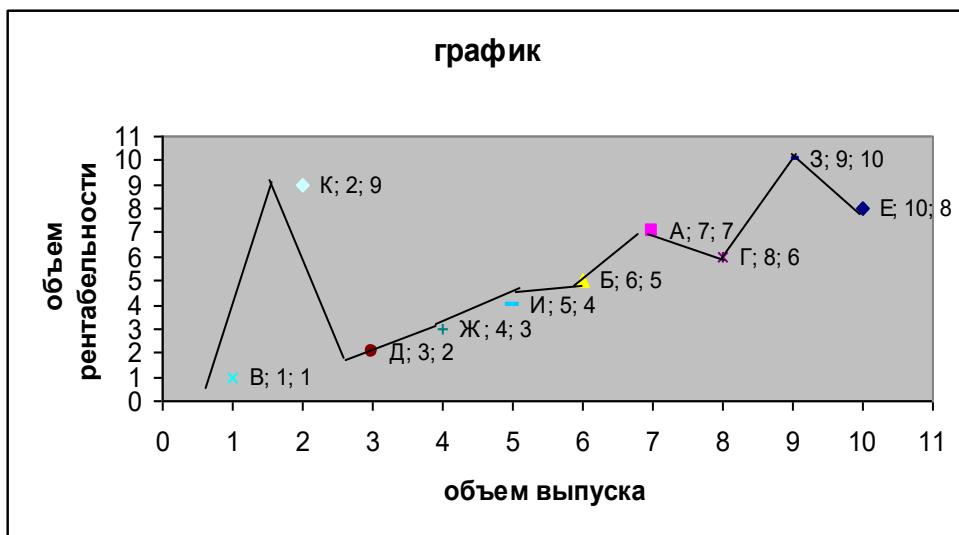
7. Рассчитать коэффициент корреляции ранга выпуска и ранга рентабельности в соответствии с новыми предположениями. Процесс и результат расчетов отразить в таблице

Таблица 5 - Данные для расчета коэффициента корреляции

X (ранг выпуска)	Y(ранг рентабельности)	XY	X*X	Y*Y
7	7			
6	5			
1	1			

8	6			
3	2			
10	8			
4	3			
9	10			
5	4			
2	9			
$\Sigma 55$	$\Sigma 55$			

8. Построить график



9. Выводы

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	4	5	6	7	8
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Др. виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	
1	20	0	20	10	0	10	40	100

Программа оценивания учебной деятельности студента за 1 семестр:

Лекции – от 0 до 20 баллов

Активное восприятие материала и участие в обсуждении материала

Критерии оценки:

- менее 25% – 0 баллов;
- от 25% до 50% – 5 баллов;
- от 51% до 75% – 10 баллов;
- от 76% до 100% – 20 баллов.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

Практические занятия – от 0 до 20 баллов

Продемонстрированное умение решать стандартные задачи – от 0 до 20 баллов.

Критерии оценки:

- менее 25% – 0 баллов;
- от 25% до 50% – 10 баллов;
- от 51% до 75% – 15 баллов;
- от 76% до 100% – 20 баллов.

Самостоятельная работа – от 0 до 10 баллов

Оценивается качество домашних работ, проверяется грамотность в оформлении и правильность выполнения от 0 до 10 баллов

Критерии оценки:

- менее 25% – 0 баллов;
- от 25% до 50% – 2 баллов;
- от 51% до 75% – 4 баллов;
- от 76% до 100% – 10 баллов.

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено

Другие виды учебной деятельности

Оценивается качество и количество выполненных работ, проверяется грамотность в оформлении и правильность выполнения.

Контрольная работа (от 0 до 10 баллов)

Критерии оценки:

- менее 25% - 0 баллов
- от 25% до 50% - 2 баллов
- от 51 % до 75 % - 4 баллов
- от 76 % до 100 % - 10 баллов

Промежуточная аттестация – зачет – от 0 до 40 баллов

Промежуточная аттестация проводится в виде письменных ответов на вопросы и индивидуальных собеседований.

При проведении промежуточной аттестации

ответ на «отлично» / «зачтено» оценивается от **31 до 40 баллов**;

ответ на «хорошо» / «зачтено» оценивается от **25 до 30 баллов**;

ответ на «удовлетворительно» / «зачтено» оценивается от **20 до 24 баллов**;

ответ на «неудовлетворительно» / «не зачтено» оценивается от **0 до 19 баллов**.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 1 семестр по дисциплине составляет **100 баллов**.

Таблица 2.1 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Стратегический менеджмент» в оценку (зачет):

50 баллов и более баллов	«зачтено»
меньше 50 баллов	«не зачтено»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Стратегический менеджмент»

а) литература:

1. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Стратегический менеджмент: М 25 Курс лекций. — М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2019. — . ISBN 5-16-000027-5

http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2013/02/%D1%81%D1%82%D1%80_1.pdf

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Лицензионное программное обеспечение:

1. операционная система Windows 7, или более поздняя версия
2. Microsoft Office Word,
3. Microsoft Office Excel,
4. Microsoft Office PowerPoint.

Интернет-ресурсы:

1. Моисеева Н.К., Костина Г.Д. Стратегический менеджмент. <http://emirs.miet.ru/oroks-miet/upload/normal/003dqv30r4y0v3/MOISEEVA.pdf>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Стратегический менеджмент»

Компьютерные классы с установленной ОС Linux, графической системой KDE 4 и программным обеспечением: PostgreSQL, pgAdminIII, Kate, OpenOffice.org, Python, Umbrello.

Устанавливаемое программное обеспечение является свободно распространяемым.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **09.04.03 Прикладная информатика** и профилю подготовки **«Прикладная информатика в экономике»**.

Автор

Кандидат экономических наук, доцент С.В.Иванилова

Программа одобрена на заседании кафедры дифференциальных уравнений и математической экономики **протокол № 4 от 27 сентября 2024 г.**