

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра менеджмента

*А.В. Курлыкова*

# **ВЫПОЛНЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Оренбург  
2019

УДК 338.24 (076)  
ББК 65.291.213 я 7  
К 93

Рецензент – кандидат исторических наук, доцент О.С. Смотрина

К93 **Курлыкова, А.В.**  
Выполнение курсовой работы по дисциплине «Стратегический менеджмент»: методические указания / А.В. Курлыкова; Оренбургский гос. ун-т.– Оренбург: ОГУ, 2019. - 67 с.

В методических указаниях приведены основные требования, предъявляемые к содержанию и оформлению курсовой работы, предусмотренной учебным планом по дисциплине «Стратегический менеджмент» в соответствии с рабочей программой для организации самостоятельной работы обучающихся. Также в методических указаниях рассматривается примерное содержание курсовых работ по предложенным темам.

Методические указания предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине «Стратегический менеджмент» обучающимися по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

УДК 338.24 (076)  
ББК 65.291.213 я 7

© Курлыкова А.В, 2019  
© ОГУ, 2019

## Содержание

Введение .....	4
1 Общие положения .....	5
2 Порядок выполнения и представления на защиту курсовой работы.....	9
3 Порядок защиты курсовой работы .....	11
4 Структура и содержание курсовой работы.....	12
5 Примерная тематика курсовых работ .....	21
6 Примерное содержание курсовых работ по предложенным темам.....	24
7 Краткое описание используемых методов, терминов и подходов по предложенным темам.....	43
8 Основные требования к презентации курсовой работы.....	53
9 Критерии оценки курсовой работы .....	55
10 Обеспечение конфиденциальности материала.....	57
11 Литература, рекомендуемая для выполнения курсовой работы .....	60
11.1 Основная литература.....	60
11.2 Дополнительная литература.....	60
11.3 Периодические издания .....	64
11.4 Интернет-ресурсы.....	64
Приложение А (обязательное) Бланк рецензии на курсовую работу .....	66

## Введение

В соответствии с учебным планом по дисциплине «Стратегический менеджмент» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент очной и заочной формы обучения предусматривается выполнение курсовой работы. Задания для выполнения курсовых работ составлены на основе рабочей программы по данной дисциплине с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование обучающегося по определенной теме, которое завершает изучение конкретной учебной дисциплины и посвящено одной из актуальных проблем. В процессе выполнения курсовой работы у обучающегося должны быть сформированы профессиональные компетенции в соответствии с направлением 38.03.02 Менеджмент, а также знания, умения и навыки в соответствии с рабочей программой.

Курсовая работа по дисциплине «Стратегический менеджмент» включает теоретическую, аналитическую и практическую часть. В «теоретической части» проводится терминологический анализ основных понятий в соответствии с темой исследования, рассматриваются методы стратегического, конкурентного или портфельного анализа для разработки и выбора стратегии. В «аналитической части» проводится стратегический анализ объекта исследования, и выявляются стратегические приоритеты для повышения конкурентоспособности предприятия. В «исследовательской части» определяются основные направления стратегии развития объекта исследования, и оценивается экономическая эффективность рекомендаций.

В курсовой работе необходимо опираться на теоретические и практические достижения в области стратегического менеджмента зарубежных и отечественных ученых, а также на опыт внедрения стратегий известных российских и зарубежных компаний. С этой целью эффективно воспользоваться информацией по затрагиваемой проблематике в периодических изданиях, а также на специализированных интернет-порталах.

## 1 Общие положения

Курсовая работа по дисциплине «Стратегический менеджмент» выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины, способствует формированию навыков самостоятельной исследовательской работы обучающегося, практического использования методов стратегического, конкурентного и портфельного анализа, изученных на лекционных и семинарских занятиях, а также способствует освоению навыков по разработке конкурентных, корпоративных и функциональных стратегий и принятия стратегических решений для формулировки обоснованных рекомендаций по исследуемой проблеме.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Стратегический менеджмент» будет способствовать:

- расширению знаний по изучаемой дисциплине;
- выработке навыков научно-исследовательской работы;
- обучению методам стратегического анализа;
- освоению методов исследования факторов конкурентоспособности для обеспечения развития предприятия в долгосрочной перспективе;
- формированию умения по разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий;
- выработке навыков практической работы по выбору стратегии и стратегической ориентации;
- формированию умения определять миссию и ставить стратегические цели для успешной реализации стратегии организации.

В случае затруднений в исследовательской работе предполагается консультационная помощь преподавателя в освоении темы.

Курсовая работа выполняется и защищается в сроки, определенные учебным графиком. Курсовая работа должна быть представлена в готовом виде не позднее, чем за две недели до начала зачетной недели. На готовую работу руководитель предоставляет рецензию (Приложение А), в которой отмечает достоинства и

недостатки работы. В случае, если работа не соответствует основным требованиям, преподаватель отправляет работу на доработку. Окончательная оценка выставляется преподавателем по итогам защиты обучающимся курсовой работы.

Процесс выполнения курсовой работы направлен на формирование следующих результатов обучения в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, представленных в таблице 1.

Таблица 1 - Требования к результатам обучения по дисциплине, формы их контроля и виды оценочных средств

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Типы контроля	Виды оценочных средств по уровню сложности
ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	<p><b><u>Знать:</u></b>  Понятие, методы и место стратегического анализа в процессе разработки и осуществления стратегии  Основные этапы процесса разработки и реализации стратегии организации;  Понятие и основные пути обеспечения конкурентоспособности</p>	Письменное тестирование по пройденному материалу, устные опросы	Тестовые материалы Блока А
	<p><b><u>Уметь:</u></b>  Применять методы стратегического анализа для разработки стратегии организации, направленной на обеспечения конкурентоспособности</p>	Решение типовых задач	Типовые задачи Блока В
	<p><b><u>Владеть:</u></b>  навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение</p>	Подготовка индивидуальных творческих заданий Выполнение курсовой работы	Примерная тематика ИТЗ Блока С.1 темы курсовых работ Блока С.2

Продолжение таблицы 1

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Типы контроля	Виды оценочных средств по уровню сложности
ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	<p><b><u>Знать:</u></b>                      Место функциональных стратегий в стратегической пирамиде;                      Понятие, основные направления и частные виды кадровой, финансовой, производственной, маркетинговой стратегий</p>	Письменное тестирование по пройденному материалу, устные опросы	Тестовые материалы Блока А
	<p><b><u>Уметь:</u></b>                      управлять производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии стратегического управления;                      разрабатывать функциональные стратегии компаний;                      анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	Решение типовых задач	Типовые задачи Блока В
	<p><b><u>Владеть:</u></b>                      Навыками разработки функциональных стратегий;                      Навыками анализа взаимосвязей между функциональными стратегиями;                      Навыками подготовки управленческих решений по функциональным сферам</p>	Подготовка индивидуальных творческих заданий Выполнение курсовой работы	Примерная тематика ИТЗ Блока С.1 темы курсовых работ Блока С.2

Качество и содержание курсовой работы позволяет выявить общую теоретическую подготовку обучающегося и уровень владения им специальными знаниями и навыками, необходимыми для эффективного осуществления будущей профессиональной деятельности.

Обучающийся в процессе выполнения курсовой работы должен овладеть следующими умениями и навыками:

а) поиск необходимых литературных источников, обработка и интерпретация и представление в письменной форме в соответствии с целями исследования;

б) критическое сопоставление различных точек зрения, различных авторов на заявленную проблему и выбор оптимальной из возможных;

в) осуществлять сбор фактического материала, определять классификационные признаки, проводить классификацию, выявлять общие черты и различия;

г) представлять собственные идеи и предложения по исследуемой проблеме в письменной форме, аргументировано доказывать собственную точку зрения на основе фактического материала;

д) осуществлять логическое построение структуры курсовой работы и оформление текста в соответствии с принятыми стандартами;

е) оформлять список используемых источников в соответствии с требованиями библиографии;

ж) оформлять текст работы в соответствии с принятыми стандартами.

Требования к оформлению курсовой работы представлены в СТО 02069024.101-2015.

Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)



## 2 Порядок выполнения и представления на защиту курсовой работы

Порядок выполнения и защиты курсовой работы представлены в таблице 2.

Курсовая работа должна быть представлена на рецензию ведущему преподавателю, не позднее, чем за 2 недели до защиты. В приложении А представлен бланк рецензии, заполняемой ведущим преподавателем.

Таблица 2 – Этапы выполнения курсовой работы

Этапы выполнения курсовой работы	Виды деятельности	Примерные сроки выполнения в течение семестра
<b>1 Начальный этап</b>	1.1 Выбор темы 1.2 Подбор литературы 1.3 Составление плана курсовой работы 1.4 Получение задания	2-3 неделя
<b>2 Теоретическая часть</b>	2.1 Проведение терминологического анализа 2.2 Критика рассматриваемых подходов по данной теме 2.3 Рассмотрение методов по решению поставленных проблем 2.4 Собственные предложения и выводы в конце каждого пункта и теоретической главы	4-6 неделя
<b>3 Аналитическая часть</b>	3.1 Оценка деятельности объекта исследования 3.2 Анализ проблемы исследования для данного объекта 3.3 Проведение стратегического анализа 3.4 Выявление проблем	7-9 неделя
<b>4 Исследовательская часть</b>	4.1 Разработка рекомендаций по решению проблем 4.2 Обоснование предложений 4.3 Практическая ценность 4.4 Оценка эффективности предложений	10-12 неделя
<b>5 Оформление курсовой работы</b>	Оформление курсовой работы в соответствии стандарту	13-14 неделя
<b>6 Сдача работы на проверку</b>	Сдача и регистрация курсовой работы на кафедре менеджмента	15 неделя
<b>7 Устранение замечаний</b>	Устранение замечаний, сделанных преподавателем	16 неделя
<b>8 Подготовка к защите</b>	Подготовка доклада и презентации	17 неделя
<b>9 Защита курсовой работы</b>	Доклад, ответы на вопросы	18 неделя

Выполнение и представление на защиту курсовой работы предусматривают следующую последовательность шагов:

- выбор темы курсовой работы и ее согласование с ведущим преподавателем для конкретного объекта исследования;
- выдача задания на выполнение курсовой работы;
- сбор материала для выполнения курсовой работы;
- выполнение подготовительных, аналитических, расчетно-графических и других работ, связанных с подготовкой курсовой работы;
- оформление курсовой работы;
- периодический отчет о ходе выполнения курсовой работы;
- сдача готовой курсовой работы на кафедру для проверки и рецензирования;
- подготовка к защите в случае положительной рецензии;
- подготовка презентации курсовой работы;
- прохождение защиты.

К защите допускаются обучающиеся, выполнившие требования, предъявляемые к срокам, содержанию и оформлению курсовой работы.

### **3 Порядок защиты курсовой работы**

Обучающийся представляет курсовую работу на кафедру в установленный срок (за 2 недели до начала зачетно-экзаменационной сессии) и регистрирует в журнале регистрации курсовых работ на кафедре менеджмента.

Проверка курсовой работы ведущим преподавателем проводится в течение недели после её сдачи. Курсовая работа рекомендуется к защите при выполнении следующих требований, которые отражаются в рецензии на выполненную курсовую работу: соответствие работы полученному заданию; соответствие темы курсовой работы видам и задачам профессиональной деятельности; актуальность, полнота обзора и раскрытия темы; соответствие общим требованиям и правилам оформления студенческих работ; содержательность графического и табличного материала; полнота списка использованных источников и ссылок на них.

Защита курсовой работы включает следующие этапы:

- 1) доклад по основным результатам курсовой работы (4-5 мин.);
- 2) собеседование с преподавателем (в ходе собеседования обучающийся должен обосновать основные рекомендации, предложенные в курсовой работе по рассматриваемой проблеме, доказать их необходимость и оригинальность, а также их экономическую эффективность);
- 3) ответы на замечания (в процессе защиты обучающийся должен ответить на все замечания, сделанные преподавателем в тексте курсовой работы и в рецензии на курсовую работу, а также на вопросы по докладу работы).

После защиты выставляется одна из оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Альтернативным способом защиты курсовой работы является подготовка презентации в Microsoft Power Point, в которой должны быть представлены результаты проведенного обучающимся анализа, ключевые положения и рекомендации по решению исследуемой проблемы. Основные требования к подготовке презентации приведены в п. 8.

## 4 Структура и содержание курсовой работы

Текстовая часть курсовой работы содержит следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание;
- аннотацию;
- содержание;
- введение;
- теоретическую часть;
- аналитическую часть;
- исследовательскую часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

В процессе написания курсовой работы следует обращать внимание на последовательность и логичность изложения материала. Все разделы и параграфы работы должны быть связаны между собой. Необходимо обратить внимание на переходы от одной мысли к другой, от параграфа к параграфу. В начале каждого параграфа необходимо обосновать актуальность представленного далее материала, а в конце каждого параграфа и каждой главы должны быть представлены выводы.

Каждый параграф в курсовой работе не может быть менее 3 страниц текста, помимо текстового материала в каждом параграфе должны быть представлены таблицы и рисунки, структурирующие текстовый материал.

**Титульный лист** является первым листом курсовой работы. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. Пример оформления титульного листа курсовой работы приведен в СТО 02069024.101-2015 (стр. 78). Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

**Задание** на выполнение курсовой работы должно включать:

- наименование кафедры;

- фамилию и инициалы обучающегося;
- дату выдачи задания на выполнение работы;
- тему курсовой работы;
- исходные данные для курсовой работы и краткое содержание работы;
- срок предоставления работы к защите;
- фамилии и инициалы научного руководителя работы.

Задание на выполнение курсовой работы подписывается ведущим преподавателем и обучающимся и располагается после титульного листа, не нумеруется, но включается в общее количество листов. Бланк задания на выполнение курсовой работы приведен в СТО 02069024.101-2015 (стр. 79). Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

**Аннотация** представляет собой краткие сведения о структуре работы и ее основных разделах. Пример оформления аннотации приведен в СТО 02069024.101-2015 (стр. 48) Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

**Содержание** включает введение, порядковые номера и заголовки разделов, при необходимости подразделов, заключение, список использованных источников, приложения с указанием их обозначений и заголовков. После заголовка каждого из указанных структурных элементов ставят отточие, а затем приводят номер страницы, на которой начинается данный структурный элемент. Пример оформления содержания приведен в СТО 02069024.101-2015 (стр. 50) Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

Во «**Введении**» необходимо обосновать актуальность темы, затем поставить цель работы и задачи. Цель чаще всего касается исследования теоретических положений и практических рекомендаций в соответствии с предметом и объектом исследования. Задачи определяются исходя из пунктов основного содержания работы, т.е. эти задачи необходимо решить обучающемуся для достижения цели. Для формулирования задач лучше использовать следующие термины: исследовать, обосновать, определить, выявить, классифицировать, разработать, оценить, показать и т. п.

Далее необходимо определить объект и предмет исследования. Как правило, объектом является исследуемое предприятие. Предмет исследования определяется следующим образом: « – это совокупность социально-экономических отношений, возникающих в процессе ... (часть стратегического менеджмента в соответствии с заявленной темой курсовой работы). После этого необходимо указать информационную базу исследования, то есть те источники, которые обучающийся применял в процессе выполнения курсовой работы. Также следует отметить методы исследования, которые позволили выполнить работу.

В **«Теоретической части»** курсовой работы необходимо провести терминологический анализ основных понятий в соответствии с темой исследования на основе точек зрения различных авторов (специалистов в конкретной области предмета исследования) и предложить теоретический подход к решению поставленных во введении задач. В данном разделе обучающийся обосновывает применимость рассматриваемых методов стратегического, конкурентного или портфельного анализа для разработки и выбора стратегии и выработке направления совершенствования деятельности предприятия с позиций теории стратегического управления для повышения конкурентоспособности.

Рекомендуется опираться на теоретические и практические достижения в области стратегического менеджмента зарубежных и отечественных ученых, а также на опыт внедрения стратегий известных российских и зарубежных компаний. С этой целью эффективно воспользоваться информацией по затрагиваемой проблематике в периодических изданиях, а также на специализированных интернет-порталах.

Излагая различные точки зрения на проблему, применяя различные методики, используя формулы и цитируя различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки. Пример оформления ссылок на использованные источники приведен в СТО 02069024.101-2015 (стр. 9) Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

Общий объем раздела – 10 страниц.

**«Аналитическая часть»** курсовой работы должна носить аналитический

исследовательский характер, предполагающий конкретизацию предмета и задач исследования. Данная часть должна содержать организационно-экономическую характеристику выбранного обучающимся объекта исследования. Характеризуя объект исследования, необходимо представить следующие сведения:

- вид основной деятельности;
- номенклатура продукции (услуг);
- организационно-правовая форма;
- организационная структура управления.

Важной составляющей данного раздела является анализ динамики основных технико-экономических показателей, пример оформления приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Основные показатели деятельности предприятия

Показатели	2015г.	2016 г.	2017 г.	Темп роста в % 2016 г. к 2015 г.	Темп роста в % 2017 г. к 2016г.
Выручка от реализации, тысяч рублей	145349	213311	172318	146,76	80,78
Фактическая себестоимость, тысяч рублей	115103	181879	140156	В 1,58 раз	77,06
Прибыль от реализации услуг, тысяч рублей	30246	31432	32162	103,92	102,32
Численность персонала, человек	210	193	212	91,90	109,84
Среднегодовая выработка на одного работника, тысяч рублей / человек	692	1105	812	В 1,6 раз	73,48
Фонд заработной платы, тысяч рублей	66975	76335	82831	113,98	121,61
Среднемесячная заработная плата на одного работника, рублей	21261	26368	26047	124,02	98,78
Рентабельность продукции, %	26,27	17,28	22,95	-	-

Таким образом, аналитическая часть курсовой работы должна включать:

- характеристику объекта исследования как социально-экономической системы;

– исследование основных технико-экономических показателей деятельности объекта исследования за последние 2-3 года, выявление закономерностей их изменения, определение причины данных изменений;

– стратегический, конкурентный или портфельный анализ объекта исследования в соответствии с темой курсовой работы;

– выявление основных закономерностей изменения факторов внутренней и внешней среды организации, определение причин, вызывающих указанные изменения;

– формулирование стратегических проблем деятельности объекта исследования в соответствии с темой курсовой работы.

Для проведения анализа следует воспользоваться планами работы предприятия, годовыми отчетами, статистической отчетностью и другой служебной документацией, результатами маркетинговых исследований и конкурентной разведки.

При проведении анализа значительные требования предъявляются к достоверности и полноте используемой информации, что позволит качественно оценить технико-экономические показатели деятельности предприятия, определить стратегические направления развития, а также устранить выявленные проблемы в управлении предприятием.

Необходимо использовать только релевантную информацию, т.е. только те данные, которые отвечают задачам исследования и будут применяться в процессе выполнения курсовой работы. Следует при этом использовать современные информационные технологии, программные пакеты для повышения точности расчетов и сокращения времени на обработку информации.

Важной составляющей аналитической части курсовой работы по дисциплине «Стратегический менеджмент» является стратегический анализ, предполагающий анализ макро и микросреды, оценку стратегического потенциала, а также комплексный анализ среды.

Кроме этого для оценки конкурентоспособности предприятия в аналитической части целесообразно провести конкурентный анализ, одним из методов которого



является построение карт стратегических групп, образец одной из них для предприятия ООО «Эверест 2000» представлен на рисунке 1.

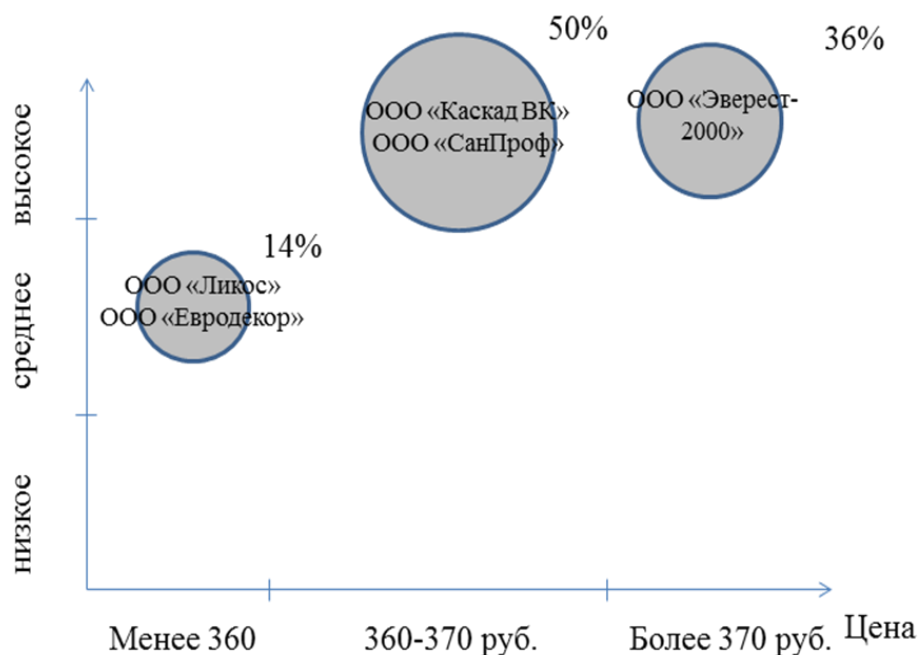


Рисунок 1 – Позиционная карта стратегических групп по характеристикам: качество продукции и средняя цена

Отметим, что выбор тех или иных методов анализа определяется темой, целью и задачами исследования. Выводы из анализа должны быть обоснованы и представлены в виде итоговых таблиц, графиков и диаграмм по качественным и количественным критериям на основе данных о внешней и внутренней среде организации.

Общий объем раздела – 10 страниц.

В **«Исследовательской части»** курсовой работы, используя результаты стратегического анализа, на основе выбранных методик, формулируется основное содержание исследуемой темы, и обосновываются предложения по разработке и реализации стратегии для объекта исследования. Должны быть представлены рекомендации, доведенные до уровня обоснованных конструктивных предложений по совершенствованию деятельности объекта исследования в рамках разработки и реализации стратегии организации.

Далее следует обосновать критериальные значения и дать оценку эффективности выбранной стратегии и принятых стратегических управленческих решений. Эффективность может оцениваться как экономическая, так и социальная (в соответствии с целевой установкой и задачами исследования).

Таким образом, исследовательская часть курсовой работы должна включать:

- определение стратегических направлений развития деятельности объекта исследования, с учетом выявленных факторов внешней и внутренней среды в рамках исследуемой темы;

- описание последовательности действий, связанных с разработкой стратегии развития организации и плана мероприятий по совершенствованию деятельности объекта исследования и исследуемой темы;

- основные положения плана мероприятий по совершенствованию деятельности объекта исследования и изучаемой темы;

- оценку эффективности реализации стратегии или мероприятий по совершенствованию деятельности объекта исследования и выбранной темы курсовой работы.

Разработка предложений по стратегии развития предполагает установление основных ориентиров на основе анализа факторов внутренней и внешней среды, выявления сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз. В результате обучающийся приводит аргументированные рекомендации по изменению текущей стратегии или разработки новой и оценивает их эффективность.

Для расчета экономической эффективности необходимо предложить методику ее оценки. Оценка эффективности рекомендаций должна включать следующие аспекты:

- определение перспектив для каждой стратегической альтернативы;

- определение затрат на разработку и реализацию стратегической альтернативы;

- обоснование возможностей и рисков в случае реализации альтернативы.

Общий объем раздела – 10 страниц.

**«Заключение»** содержит краткие выводы и основные результаты исследования, где должна быть отражена степень достижения цели курсовой работы, решение поставленных задач и возможность практической реализации предложенных рекомендаций. В заключении представляются выводы строго по выполненной работе.

Заключение курсовой работы состоит из двух частей:

1) основные выводы по результатам исследования:

а) недостатки:

- теоретических положений по теме исследования;
- сбора и анализа информации о деятельности предприятия;
- разработки стратегии предприятия;

б) преимущества:

- терминологического анализа;
- дополненной классификации;
- аналитических исследований деятельности объекта исследования;
- разработанной стратегии развития деятельности объекта исследования;

2) основные направления дальнейших исследований по теме курсовой работы;

3) выводы о практической значимости полученных результатов и экономической (социальной) эффективности предложенных рекомендаций.

**Список использованных источников** располагается в конце текстовой части курсовой работы (перед приложениями). В список включают все источники, на которые обучающийся делал ссылки в тексте работы. Сведения об источниках можно располагать в списке в алфавитном порядке.

Список использованных источников должен включать не менее 25 наименований источников. Пример оформления списка использованных источников приведен в СТО 02069024.101-2015. (стр. 51) Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

Необходимо использовать в работе актуальные источники за последние три года, предпочтение необходимо отдавать статьям, монографиям и другим научным

изданиям, учебные пособия и учебники следует использовать не более 20% от общего количества источников.

В **Приложения** помещаются иллюстрации, таблицы, текст вспомогательного характера, количество приложений не ограничено. Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, например, Приложение А, Приложение Б, Приложение В. Пример оформления приложений приведен в СТО 02069024.101-2015. Режим доступа: [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

## 5 Примерная тематика курсовых работ

В качестве объекта исследования следует выбрать предприятие, на котором обучающийся работает или проходил практику, или любое другое, с деятельностью которого обучающийся знаком и сможет получить материалы и документы, необходимые для написания курсовой работы.

Тему необходимо сформулировать для выбранного объекта исследования и согласовать с преподавателем. Примерная тематика курсовых работ представлена следующим ниже перечнем. Тему обучающийся может выбрать самостоятельно, либо в соответствии порядковым номером алфавитного списка группы. Выбор темы осуществляется в соответствии с представленным перечнем, однако не исключается по согласованию с ведущим преподавателем рассмотрение темы, выходящей за рамки примерного перечня.

- 1 Влияние факторов внешней среды на разработку корпоративной стратегии организации.
- 2 Оценка уровня конкурентоспособности организации.
- 3 Оценка стратегического потенциала организации.
- 4 Процесс разработки корпоративной стратегии на предприятии.
- 5 Формирование сбытовой стратегии фирмы.
- 6 Оценка уровня эффективности стратегического планирования на предприятии.
- 7 Стратегическое планирование маркетинговой деятельности.
- 8 Стратегия делового сотрудничества предприятия с другими хозяйствующими субъектами.
- 9 Разработка продуктовой стратегии предприятия.
- 10 Разработка производственной стратегии предприятия.
- 11 Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа его сильных и слабых сторон.
- 12 Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа динамики издержек.

- 13 Применение портфельных моделей для выбора и анализа стратегии организации.
- 14 Разработка стратегии для бизнес-единицы компании.
- 15 Недобросовестные методы реализации конкурентной стратегии.
- 16 Финансовая стратегия предприятия: содержание и процедуры формирования.
- 17 Особенности формирования и реализации кадровой стратегии.
- 18 Роль миссии и целей в выборе стратегии дальнейшего развития организации.
- 19 Разработка структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач.
- 20 Применение инструментов стратегического анализа для разработки стратегии предприятия.
- 21 Стратегический анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
- 22 Подходы к определению источников конкурентных преимуществ организации.
- 23 Разработка стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ.
- 24 Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе и их роль в разработке стратегии.
- 25 Ресурсы и ключевые компетенции компании как основа стратегии.
- 26 Основные типы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса.
- 27 Стратегический анализ диверсифицированной компании.
- 28 Разработка рекламных стратегий компании.
- 29 Применение инструментария стратегического анализа к разработке стратегии организации.
- 30 Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии.
- 31 Стратегический анализ потребителей и конкурентов организации.
- 32 Роль информации в стратегическом планировании деятельности организации.
- 33 Стиль конкурентной активности в стратегии предприятия.

- 34 Управление реализацией стратегии предприятия.
- 35 Организационная культура как фактор реализации стратегии.
- 36 Взаимосвязь основных функциональных стратегий организации.
- 37 Роль стратегических альянсов в современной экономике.

## **6 Примерное содержание курсовых работ по предложенным темам**

**Тема 1.** Влияние факторов внешней среды на разработку корпоративной стратегии организации

1 Теоретические основы разработки корпоративной стратегии организации

1.1 Понятие и роль корпоративной стратегии организации

1.2 Основные элементы и методы оценки влияния внешней среды организации

1.3 Этапы разработки и реализации корпоративной стратегии

2 Анализ влияния факторов внешней среды на корпоративную стратегию ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Оценка влияния факторов макросреды на корпоративную стратегию

2.3 Оценка влияния факторов микросреды на корпоративную стратегию

3 Рекомендации по разработке и реализации корпоративной стратегии с учетом влияния факторов внешней среды для ООО «Компания»

3.1 Основные положения корпоративной стратегии

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

**Тема 2.** Оценка уровня конкурентоспособности организации

1 Теоретические основы оценки уровня конкурентоспособности организации

1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия

1.2 Понятие и методы конкурентного анализа

1.3 Пути повышения конкурентоспособности предприятия

2 Оценка уровня конкурентоспособности ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Оценка конкурентной позиции компании на основе методов конкурентного анализа

2.3 Выявление конкурентных преимуществ и оценка конкурентоспособности компании



### 3 Рекомендации по повышению конкурентоспособности ООО «Компания»

3.1 Основные направления повышения конкурентоспособности предприятия

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

#### **Тема 3.** Оценка стратегического потенциала организации

1 Теоретические основы оценки стратегического потенциала организации

1.1 Понятие и элементы стратегического потенциала организации

1.2 Роль стратегического потенциала в процессе разработки и реализации стратегии

1.3 Методы анализа стратегического потенциала организации

2 Исследование стратегического потенциала ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Оценка основных составляющих стратегического потенциала

2.3 Выявление узких мест во внутренней среде организации

3 Рекомендации по совершенствованию стратегического потенциала ООО «Компания»

3.1 Основные направления совершенствования стратегического потенциала

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

#### **Тема 4.** Процесс разработки корпоративной стратегии на предприятии

1 Теоретические основы разработки корпоративной стратегии на предприятии

1.1 Понятие и сущность корпоративной стратегии

1.2 Процесс разработки корпоративной стратегии

1.3 Инструменты разработки корпоративной стратегии

2 Анализ деятельности диверсифицированной компании ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ деятельности отдельных бизнес-единиц предприятия

2.3 Портфельный анализ бизнес-единиц

3 Рекомендации по разработке корпоративной стратегии ООО «Компания»

- 3.1 Основные направления корпоративной стратегии
- 3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

#### **Тема 5. Формирование сбытовой стратегии фирмы**

##### 1 Теоретические основы формирования сбытовой стратегии фирмы

- 1.1 Понятие сбытовой стратегии, основные ее элементы
- 1.2 Процесс формирования сбытовой стратегии
- 1.3 Методы формирования сбытовой стратегии

##### 2 Анализ системы сбыта ООО «Компания»

- 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
- 2.2 Исследование динамики и структуры сбыта продукции
- 2.3 Проблемы сбыта продукции на предприятии

##### 3 Рекомендации по формированию сбытовой стратегии ООО «Компания»

- 3.1 Основные направления формирования сбытовой стратегии
- 3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

#### **Тема 6. Оценка уровня эффективности стратегического планирования на предприятии**

##### 1 Теоретические основы стратегического планирования на предприятии

- 1.1 Понятия и роль стратегического планирования на предприятии
- 1.2 Процесс стратегического планирования на предприятии
- 1.3 Методы оценки уровня эффективности стратегического планирования

##### 2 Оценка уровня эффективности стратегического планирования ООО «Компания»

- 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
- 2.2 Организация стратегического планирования на предприятии
- 2.3 Оценка эффективности стратегического планирования

##### 3 Рекомендации по повышению эффективности стратегического планирования ООО «Компания»

- 3.1 Основные направления повышения эффективности стратегического планирования
- 3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

## **Тема 7.** Стратегическое планирование маркетинговой деятельности

1 Теоретические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности

1.1 Понятие и сущность стратегического планирования маркетинговой деятельности

1.2 Методы и приемы оценки маркетинговой деятельности

1.3 Основные этапы процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности

2 Анализ маркетинговой деятельности ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ элементов маркетинговой деятельности

2.3 Проблемы в управлении маркетинговой деятельностью

3 Рекомендации по стратегическому планированию маркетинговой деятельности ООО «Компания»

3.1 Разработка маркетинговой стратегии

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

**Тема 8.** Стратегия делового сотрудничества предприятия с другими хозяйствующими субъектами

1 Теоретические основы делового сотрудничества предприятия с другими хозяйствующими субъектами

1.1 Понятие и роль делового сотрудничества

1.2 Методы и приемы делового сотрудничества

1.3 Стратегии делового сотрудничества

2 Анализ делового сотрудничества предприятия ООО «Компания» с другими хозяйствующими субъектами

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Основные деловые партнеры предприятия

2.3 Проблемы делового сотрудничества предприятия

3 Рекомендации по разработке стратегии делового сотрудничества предприятия ООО «Компания» с другими хозяйствующими субъектами

3.1 Основные направления стратегии делового сотрудничества

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

## **Тема 9.** Разработка продуктовой стратегии предприятия

1 Теоретические основы разработки продуктовой стратегии предприятия

1.1 Понятие, сущность и виды продуктовой стратегии предприятия

1.2 Методы управления продуктовым портфелем компании

1.3 Основные этапы разработки продуктовой стратегии предприятия

2 Анализ продуктового портфеля ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Характеристика основной продукции предприятия

2.3 Матричный анализ продуктового портфеля

3 Рекомендации по разработке продуктовой стратегии предприятия

ООО «Компания»

3.1 Основные положения продуктовой стратегии

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

## **Тема 10.** Разработка производственной стратегии предприятия

1 Теоретические основы разработки производственной стратегии предприятия

1.1 Понятие и цели производственной стратегии предприятия

1.2 Элементы производственной стратегии предприятия

1.3 Основные этапы разработки производственной стратегии предприятия

2 Анализ производственной деятельности предприятия в ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Организация производственной деятельности предприятия

2.3 Проблемы планирования и организации производственной деятельности

предприятия

3 Рекомендации по разработке производственной стратегии ООО «Компания»

3.1 Основные положения производственной стратегии предприятия

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 11.** Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа его сильных и слабых сторон

1 Теоретические основы разработки конкурентной стратегии предприятия на основе анализа сильных и слабых сторон

1.1 Понятие и классификация конкурентных стратегий

1.2 Методы выявления и оценки сильных и слабых сторон

1.3 Этапы разработки конкурентной стратегии на основе анализа сильных и слабых сторон

2 Анализ сильных и слабых сторон ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Оценка сильных и слабых сторон предприятия

2.3 Оценка влияния сильных и слабых сторон на деятельность компании

3 Разработка конкурентной стратегии на основе анализа сильных и слабых сторон ООО «Компания»

3.1 Основные положения конкурентной стратегии предприятия

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 12.** Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа динамики издержек

1 Теоретические основы разработки конкурентной стратегии предприятия на основе анализа динамики издержек

1.1 Понятие и классификация конкурентных стратегий

1.2 Методы анализа динамики издержек

1.3 Этапы разработки конкурентной стратегии на основе анализа динамики издержек

2 Оценка конкурентоспособности ООО «Компания» на основе анализа динамики издержек

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализа динамики издержек

2.3 Выявление узких мест, снижающих конкурентоспособность компании

3 Разработка конкурентной стратегии на основе анализа динамики издержек ООО «Компания»

3.1 Основные положения конкурентной стратегии предприятия

### 3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 13.** Применение портфельных моделей для выбора и анализа стратегии организации

1 Теоретические основы портфельного анализа

1.1 Понятие и роль портфельного анализа

1.2 Модели портфельного анализа

1.3 Выбор стратегии организации на основе портфельных моделей

2 Портфельный анализ ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Характеристика стратегических единиц бизнеса

2.3 Построение портфельных матриц

3 Рекомендации по выбору стратегии ООО «Компания» на основе портфельных моделей

3.1 Предложения по выбору стратегии развития организации

3.2 Оценка экономической эффективности предложенных рекомендаций

**Тема 14.** Разработка стратегии для бизнес-единицы компании

1 Теоретические основы разработки стратегии для бизнес-единицы компании

1.1 Понятие бизнес-единицы и ее роль в компании

1.2 Этапы разработки стратегии для бизнес-единицы компании

1.3 Методы портфельного анализа для разработки стратегии бизнес-

единицы

2 Анализ деятельности бизнес-единиц ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика организации

2.2 Характеристика корпоративного портфеля компании

2.3 Портфельный анализ бизнес-единиц

3 Рекомендации по разработке стратегии для бизнес-единицы

ООО «Компания»

3.1 Основные положения стратегии для бизнес-единицы

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий

## **Тема 15. Недобросовестные методы реализации конкурентной стратегии**

### 1 Теоретические основы реализации конкурентной стратегии

1.1 Сущность и виды конкуренции

1.2 Формирование и реализация конкурентных стратегий

1.3 Недобросовестные методы конкуренции

### 2 Оценка конкурентоспособности ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Конкурентный анализ

2.3 Оценка методов удержания позиций основных конкурентов

### 3 Разработка способов пресечения недобросовестной конкуренции для ООО «Компания»

3.1 Мероприятия по пресечению недобросовестной конкуренции

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

## **Тема 16. Финансовая стратегия предприятия: содержание и процедуры формирования**

### 1 Теоретические основы формирования финансовой стратегии организации

1.1 Понятие и содержание финансовой стратегии организации

1.2 Основные методы оценки финансовых ресурсов

1.3 Особенности формирования финансовой стратегии организации

### 2 Анализ использования финансовых ресурсов в ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ финансового состояния организации

2.3 Обоснования необходимости в разработке финансовой стратегии

### 3 Рекомендации по формированию финансовой стратегии в ООО «Компания»

3.1 Основные положения финансовой стратегии предприятия

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

## **Тема 17. Особенности формирования и реализации кадровой стратегии**

### 1 Теоретические основы разработки кадровой стратегии предприятия

1.1 Понятие и цели кадровой стратегии

1.2 Связь кадровой и бизнес-стратегии организации

- 1.3 Этапы разработки и реализации кадровой стратегии
- 2 Анализ действующей кадровой стратегии ООО «Компания»
  - 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
  - 2.2 Анализ кадрового потенциала организации
  - 2.3 Проблемы взаимосвязи кадровой и бизнес-стратегии в организации
- 3 Рекомендации по разработке кадровой стратегии ООО «Компания»
  - 3.1 Основные положения кадровой стратегии предприятия
  - 3.2 Оценка экономической эффективности предложенных рекомендаций

**Тема 18.** Роль миссии и целей в выборе стратегии дальнейшего развития организации

- 1 Теоретические основы определения миссии и целей организации
  - 1.1 Понятие и роль миссии и целей в выборе стратегии развития организации
  - 1.2 Правила разработки миссии организации
  - 1.3 Критерии и методы постановки целей
- 2 Анализ миссии и целей ООО «Компания»
  - 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
  - 2.2 Анализ миссии организации
  - 2.3 Анализ системы целей организации
- 3 Рекомендации по разработке миссии и целей организации для реализации стратегии развития в ООО «Компания»
  - 3.1 Формулирование миссии и системы целей
  - 3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 19.** Разработка структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач

- 1 Теоретические основы разработки структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач
  - 1.1 Понятие и виды структуры управления организацией
  - 1.2 Основные этапы построения структуры управления организацией
  - 1.3 Влияние стратегии на структуру управления организацией



## 2 Анализ структуры управления организацией ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ структуры управления организацией

2.3 Проблемы соответствия стратегии организации и структуры управления организацией

3 Рекомендаций по разработке структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач ООО «Компания»

3.1 Разработка структуры управления организацией

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 20.** Применение инструментов стратегического анализа для разработки стратегии предприятия

1 Теоретические основы стратегического анализа

1.1 Понятие и роль стратегического анализа в разработке стратегии предприятия

1.2 Этапы процесса стратегического анализа

1.3 Основные инструменты стратегического анализа

2 Стратегический анализ деятельности ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ внешней и внутренней среды организации

2.3 Комплексный анализ предприятия

3 Рекомендации по разработке стратегии ООО «Компания» на основе инструментов стратегического анализа

3.1 Основные направления стратегии организации

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 21.** Стратегический анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней

1 Теоретические основы стратегического анализа общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней

1.1 Понятие и роль стратегического анализа отрасли и конкуренции в ней

1.2 Процесс стратегического анализа отрасли и конкуренции в ней

1.3 Методы стратегического анализа отрасли и конкуренции в ней

2 Стратегический анализ общей ситуации в отрасли ООО «Компания» и конкуренции в ней

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Стратегический анализ отрасли

2.3 Анализ конкуренции в отрасли

3 Рекомендации по разработке стратегии ООО «Компания» на основе стратегического анализа отрасли

3.1 Основные направления разработки стратегии

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 22.** Подходы к определению источников конкурентных преимуществ организации

1 Теоретические аспекты определения источников конкурентных преимуществ организации

1.1 Понятие, роль и виды конкурентных преимуществ

1.2 Подходы к определению источников конкурентных преимуществ

1.3 Пути улучшения конкурентных преимуществ в организации

2 Анализ конкурентных преимуществ в ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Конкурентный анализ

2.3 Анализ конкурентных преимуществ организации

3 Разработка мероприятий по улучшению конкурентных преимуществ в ООО «Компания»

3.1 Мероприятия по улучшению конкурентных преимуществ

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий

**Тема 23.** Разработка стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ

1 Теоретические основы разработки стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ

1.1 Понятие, источники и типы конкурентных преимуществ

- 1.2 Порядок разработки стратегии на основе конкурентных преимуществ
- 1.3 Методы разработки стратегии на основе конкурентных преимуществ
- 2 Анализ конкурентных преимуществ в ООО «Компания»
  - 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
  - 2.2 Анализ конкурентных преимуществ
  - 2.3 Выявление недостатков в обеспечении конкурентных преимуществ
- 3 Рекомендации по разработке стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ ООО «Компания»
  - 3.1 Разработка стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ
  - 3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 24.** Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе и их роль в разработке стратегии

- 1 Теоретические основы разработки стратегии на основе ключевых факторов успеха
  - 1.1 Понятие и роль ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе
  - 1.2 Методы выявления ключевых факторов успеха
  - 1.3 Подходы к разработке стратегии на основе ключевых факторов успеха
- 2 Анализ ключевых факторов успеха ООО «Компания»
  - 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия
  - 2.2 Оценка ключевых факторов успеха
  - 2.3 Выявление несоответствия деятельности предприятия ключевым правилам успеха
- 3 Разработка стратегии на основе ключевых факторов успеха ООО «Компания»
  - 3.1 План производства в рамках бизнес-плана
  - 3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 25.** Ресурсы и ключевые компетенции компании как основа стратегии

- 1 Теоретические основы разработки стратегии на основе ресурсов и ключевых компетенций компании

1.1 Понятие и роль ресурсов и ключевых компетенций

1.2 Ресурсный подход к разработке стратегии организации

1.3 Компетентностный подход к разработке стратегии организации

2 Анализ ресурсов и ключевых компетенций компании ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ ресурсов предприятия

2.3 Оценка ключевых компетенций

3 Разработка стратегии на основе ресурсов и ключевых компетенций  
ООО «Компания»

3.1 Мероприятия по разработке стратегии на основе ресурсов и ключевых компетенций

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

**Тема 26.** Основные типы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса

1 Теоретические основы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса

1.1 Понятие и типы конкурентных преимуществ

1.2 Подходы к типологии стратегий

1.3 Взаимосвязь конкурентных преимуществ стратегий бизнеса

2 Анализ конкурентных преимуществ и стратегии ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика организации

2.2 Выявление конкурентных преимуществ

2.3 Анализ текущей стратегии компании

3 Рекомендации по разработке стратегии на основе конкурентных преимуществ ООО «Компания»

3.1 Основные положения стратегии на основе конкурентных преимуществ

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 27.** Стратегический анализ диверсифицированной компании

1 Теоретические основы стратегического анализа диверсифицированной компании

1.1 Понятие и роль стратегического анализа

1.2 Инструменты стратегического анализа диверсифицированной компании

1.3 Этапы проведения стратегического анализа диверсифицированной компании

2 Стратегический анализ компании ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ внешней среды компании

2.3 Комплексный анализ среды

3 Разработка стратегии для диверсифицированной компании ООО «Компания»

3.1 Разработка стратегии для диверсифицированной компании

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 28.** Разработка рекламных стратегий компании

1 Теоретические основы разработки рекламных стратегий компании

1.1 Понятие, цели и виды рекламы

1.2 Подходы к разработке рекламной стратегии

1.3 Этапы разработки рекламной стратегии

2 Анализ рекламной деятельности ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ текущей рекламной деятельности

2.3 Оценка эффективности рекламной деятельности

3 Рекомендации по разработке рекламных стратегий ООО «Компания»

3.1 Основные положения рекламных стратегий

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 29.** Применение инструментария стратегического анализа к разработке стратегии организации

1 Теоретические основы применения инструментария стратегического анализа к разработке стратегии организации

1.1 Понятие и роль стратегического анализа в разработке стратегии организации

1.2 Этапы процесса стратегического анализа

1.3 Особенности применения инструментария стратегического анализа

## 2 Стратегический анализ деятельности ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ внешней и внутренней среды организации

2.3 Комплексный анализ деятельности организации

3 Рекомендации по применению инструментария стратегического анализа к разработке стратегии ООО «Компания»

3.1 Основные направления стратегии организации

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

## **Тема 30.** Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии

1 Теоретические основы оценки стратегических альтернатив и выбора стратегии

1.1 Понятие и сущность стратегических альтернатив

1.2 Понятие и этапы выбора стратегии

1.3 Методы оценки стратегических альтернатив и выбора стратегии

2 Оценка стратегических альтернатив ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Оценка стратегических альтернатив на основе методов анализа внешней среды организации

2.3 Оценка стратегических альтернатив на основе методов анализа внутренней среды организации

3 Рекомендации по выбору стратегии на основе оценки стратегических альтернатив ООО «Компания»

3.1 Основные направления стратегического развития

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

## **Тема 31.** Стратегический анализ потребителей и конкурентов организации

1 Теоретические основы стратегического анализа потребителей и конкурентов организации

1.1 Понятие и сущность стратегического анализа

1.2 Методы стратегического анализа потребителей

1.3 Методы стратегического анализа конкурентов

## 2 Стратегический анализ потребителей и конкурентов ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика организации

2.2 Анализ потребителей

2.3 Анализ конкурентов

3 Рекомендации по выбору стратегии на основе стратегического анализа потребителей и конкурентов ООО «Компания»

3.1 Основные направления стратегического развития

3.2 Оценка эффективности предложенных рекомендаций

## **Тема 32.** Роль информации в стратегическом планировании деятельности организации

1 Теоретические аспекты информационного обеспечения стратегического планирования деятельности организации

1.1 Понятие и сущность стратегического планирования

1.2 Роль информации в стратегическом менеджменте

1.3 Современные информационные системы для поддержки принятия стратегических решений

2 Стратегический анализ ООО «Компания» и его информационная составляющая

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ внутренней и внешней среды предприятия

2.3 Оценка информационных систем предприятия для поддержки стратегического планирования

3 Предложения по совершенствованию информационного обеспечения стратегического планирования деятельности ООО «Компания»

3.1 Основные направления совершенствованию информационного обеспечения стратегического планирования

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий

## **Тема 33.** Стиль конкурентной активности в стратегии предприятия

1 Теоретические аспекты конкурентной активности в стратегии предприятия

1.1 Понятие и сущность стиля конкурентной активности в стратегии

предприятия

1.2 Методы оценки конкурентной активности

1.3 Этапы и методы разработки стратегии предприятия

2 Стратегический анализ ООО «Компания» и оценка конкурентной

активности

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ внутренней и внешней среды предприятия

2.3 Оценка стиля конкурентной активности предприятия

3 Предложения по совершенствованию стиля конкурентной активности в стратегии ООО «Компания»

3.1 Основные направления стратегии развития предприятия

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий

**Тема 34.** Управление реализацией стратегией предприятия

1 Теоретические аспекты управления реализацией стратегией предприятия

1.1 Понятие и сущность стратегии предприятия

1.2 Этапы и принципы управления реализацией стратегией предприятия

1.3 Формирование условий для реализации стратегии предприятия

2 Оценка условий для реализации стратегии ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Оценка текущей стратегии предприятия

2.3 Выявление проблем при реализации стратегии предприятия

3 Предложения по управлению реализацией стратегией ООО «Компания»

3.1 Формирование организационных условий для реализации стратегии

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий

**Тема 35.** Организационная культура как фактор реализации стратегии

1 Теоретические основы организационной культуры предприятия

1.1 Сущность и понятие организационной культуры

1.2 Роль организационной культуры в реализации стратегии

1.3 Методы оценки организационной культуры предприятия

2 Анализ организационной культуры ООО «Компания»



2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Анализ элементов организационной культуры компании

2.3 Оценка влияния организационной культуры на реализацию стратегии а

3 Рекомендации по совершенствованию организационной культуры

ООО «Компания»

3.1 Направления совершенствования организационной культуры

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 36.** Взаимосвязь основных функциональных стратегий организации

1 Теоретические основы разработки и реализации функциональных стратегий

организации

1.1 Сущность и виды функциональных стратегий организации

1.2 Частные виды функциональных стратегий организации

1.3 Обеспечение взаимосвязи функциональных стратегий организации

2 Анализ функциональных стратегий ООО «Компания»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

2.2 Оценка элементов функциональных стратегий организации

2.3 Выявление проблем во взаимосвязи функциональных стратегий

организации

3 Рекомендации по обеспечению взаимосвязи функциональных

стратегий ООО «Компания»

3.1 Направления совершенствования функциональных стратегий

организации

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

**Тема 37.** Роль стратегических альянсов в современной экономике

1 Теоретические аспекты формирования стратегических альянсов в

современной экономике

1.1 Понятие и виды стратегических альянсов

1.2 Роль стратегических альянсов в современной экономике

1.3 Особенности формирования стратегических альянсов в современной

экономике

## 2 Анализ деятельности стратегического альянса

2.1 Организационно-экономическая характеристика стратегического альянса

2.2 Оценка участников стратегического альянса

2.3 Выявление проблем в функционировании стратегического альянса

3 Предложения по совершенствованию функционирования стратегического альянса

3.1 Основные направления совершенствованию стратегического альянса

3.2 Экономическая эффективность предложенных рекомендаций

## **7 Краткое описание используемых методов, терминов и подходов по предложенным темам**

**Тема 1.** Влияние факторов внешней среды на разработку корпоративной стратегии организации

Для проработки данной темы необходимо выбрать диверсифицированную компанию, которая в своем продуктовом портфеле содержит более двух единиц бизнеса. Только для многопрофильной компании имеет смысл разрабатывать корпоративную стратегию.

Для оценки факторов внешней среды следует использовать следующие методы:

- оценка макросреды (PEST-анализ, матрица возможностей и угроз);
- оценка микросреды (модель 5 сил Портера).

**Тема 2.** Оценка уровня конкурентоспособности организации

Для оценки уровня конкурентоспособности удобнее использовать такие методы конкурентного анализа как:

- построение карт стратегических групп;
- оценка конкурентной силы на основе ключевых факторов успеха;
- построение конкурентного профиля.

**Тема 3.** Оценка стратегического потенциала организации

Для оценки стратегического потенциала организации необходимо провести анализ пяти его составляющих (производственного, кадрового, финансового, маркетингового, организационно-управленческого).

Дать оценку производственного потенциала, привести таблицы для оценки выпуска продукции, схемы технологических и инновационных процессов предприятия. Аналогично провести анализ кадрового потенциал, привести таблицы, описывающие структуру персонала на предприятия по половозрастному признаку, стажу, уровню образования и пр., графики движения трудовых ресурсов и т.д.

Следуя предложенной логике необходимо провести анализ остальных составляющих стратегического потенциала предприятия. По итогам построить таблицы SNW-анализа и диагностическую модель.

#### **Тема 4.** Процесс разработки корпоративной стратегии на предприятии

Для проработки данной темы необходимо выбрать диверсифицированную компанию, которая в своем продуктивном портфеле содержит более двух единиц бизнеса. Только для многопрофильной компании имеет смысл разрабатывать корпоративную стратегию.

Процесс разработки корпоративной стратегии должен включать портфельный анализ, а предложения должны быть связаны с обеспечением сбалансированности корпоративного портфеля.

#### **Тема 5.** Формирование сбытовой стратегии фирмы

Сбытовую стратегию необходимо рассмотреть как операционную стратегию в соответствии с функциональной стратегией – маркетинговой стратегией. Главным в работе является выявление «узких» мест в сбыте продукции, при этом предложения не должны быть ограничены лишь рекламными акциями, уместно рассмотреть возможность разработки и реализации всех типов стратегий концентрированного роста.

**Тема 6.** Оценка уровня эффективности стратегического планирования на предприятии

Оценка уровня эффективности довольно сложная задача, по сути управленец должен понимать насколько поставленные цели приведут к запланированному результату с наименьшими затратами. Таким образом, в работе необходимо рассмотреть методы оценки эффективности по конечным результатам, по сопоставимым результатам.

Однако в самой работе в аналитической части в основном будет оцениваться ожидаемая эффективность с учетом текущей стратегии компании, т.е. степень достижения цели (чаще рассматривается прибыль) к потраченным ресурсам на осуществление стратегического планирования, т.е суммарные затраты (временные и денежные, в основном относятся к управленческому аппарату).

#### **Тема 7.** Стратегическое планирование маркетинговой деятельности

Анализ маркетинговой деятельности удобнее проводить по следующим критериям: продукт, ассортимент, ценообразование, исследования, упаковка,

продвижение. Либо использовать элементы маркетинга-микс (товарная, сбытовая, ценовая, коммуникативная политика).

**Тема 8.** Стратегия делового сотрудничества предприятия с другими хозяйствующими субъектами

В работе следует рассмотреть одну из форм делового сотрудничества, например создание стратегических альянсов. Наиболее существенным моментом в процессе формирования и функционирования стратегического альянса является достижение конкурентоспособного преимущества фирм, входящих в него. Они характеризуют особый тип сотрудничества фирм (предприятий) и формирование их коалиций, основывающихся на взаимных потребностях.

**Тема 9.** Разработка продуктовой стратегии предприятия

Для разработки продуктовой стратегии необходимо проанализировать продуктовый портфель компании с помощью матриц конкурентного позиционирования и предложить мероприятия для повышения сбалансированности продуктового портфеля компании. Так, например, следует избавиться от стареющих товаров, развивать продукты с наибольшим потенциалом в стадии зарождения.

**Тема 10.** Разработка производственной стратегии предприятия

В случае выбора данной темы объектом исследования должно стать промышленное предприятие, для которого производственная стратегия будет наиболее значимой.

В практической части необходимо дать оценку производственному потенциалу предприятия, привести таблицы для оценки выпуска продукции, схемы технологических и инновационных процессов предприятия. В ходе такого анализа будут выявлены сильные и слабые стороны производственного потенциала (SNW-анализ).

Предложения по разработке производственной стратегии должны строиться на укреплении сильных сторон предприятия и усилении, ликвидации или аутсорсинга слабых сторон производственного потенциала.

**Тема 11.** Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа его сильных и слабых сторон

Для оценки сильных и слабых сторон могут быть использованы следующие методы:

- SNW-анализ;
- многофакторная модель;
- карта сильных и слабых сторон.

Особенностью разработки данной темы является то, что анализ сильных и слабых сторон должен быть проведен с учетом позиции предприятия среди конкурентов. Т.е. сделать вывод о силе и слабости той или иной позиции должен быть сделан на основе анализа конкурентов. Таким образом желательно, прежде чем воспользоваться методами о которых было сказано ранее воспользоваться методами конкурентного анализа:

- построение конкурентного профиля;
- оценка конкурентной силы.

Только после этого можно будет предложить одну из следующих конкурентных стратегий:

- лидерство по издержкам;
- дифференциация;
- фокусирование.

**Тема 12.** Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа динамики издержек

Данная работа предполагает анализ динамики издержек на основе их структуры. Необходимо рассмотреть какова динамика издержек в переменной и постоянной части, а также проанализировать калькуляцию затрат. Желательно получить данные по издержкам конкурентов и сравнить их с издержками объекта исследования. Для такого анализа удобнее использовать цепочку ценности М.Портера.

**Тема 13.** Применение портфельных моделей для выбора и анализа стратегии организации

В работе необходимо рассмотреть 4-5 портфельных моделей, также можно привести трехмерные модели, например модель Абея. Для построения матриц для

объекта исследования необходимо проанализировать продукты, стратегические зоны хозяйствования или стратегические единицы бизнеса, которые следует разместить внутри матриц и предложить стратегии.

#### **Тема 14.** Разработка стратегии для бизнес-единицы компании

Для проработки данной темы необходимо в качестве объекта исследования выбрать диверсифицированную компанию, уточнить перечень бизнес-единиц компании и для одной из них разработать стратегию, при этом выбор осуществлять среди эталонных и конкурентных стратегий.

#### **Тема 15.** Недобросовестные методы реализации конкурентной стратегии

Недобросовестные методы конкуренции главным образом направлены на незаконные способы конкуренции, которые способны причинить ущерб другим хозяйствующим субъектам, нанести вред их деловой репутации.

К таким методам относят следующие:

- демпинг (ценовая политика);
- дезинформация конкурентов и потребителей (использование чужих брэндов и логотипов, товарных знаков);
- силовое воздействие на конкурентов (шантаж, поджоги, физическое устранение конкурентов и др.);
- сговор или соглашение, объединение конкурирующих лиц против третьих конкурентов или против потребителей и т.д.

#### **Тема 16.** Финансовая стратегия предприятия: содержание и процедуры формирования

В качестве объекта исследования данной темы следует выбрать финансово-кредитную организацию, т.е. организацию, для которой финансы представляют продукт для продажи. При разработке финансовой стратегии в качестве основных ориентиров необходимо выбрать следующие: финансовая устойчивость, бюджетирование, учетная и налоговая политика, управление издержками и др.

#### **Тема 17.** Особенности формирования и реализации кадровой стратегии

При разработке кадровой стратегии следует учесть, что кадровая стратегия должна соответствовать бизнес-стратегии организации. Так в случае если компания

выбрала стратегию лидерства в издержках, то она должна ориентироваться на поиск недорогой рабочей силы, а в случае выбора стратегии дифференциации должна ориентироваться на персонал узкой специализации и высокой квалификации и т.д. Таким образом, прежде, чем предлагать элементы кадровой стратегии необходимо четко понимать текущую бизнес-стратегию организации.

**Тема 18.** Роль миссии и целей в выборе стратегии дальнейшего развития организации

В теоретической части важно рассмотреть подходы различных авторов на понимание миссии компании и выбор тех или иных критериев для ее формулирования. Важным является и рассмотрение различных подходов к построению системы целей организации, далее необходимо реализовать данные подходы на практике.

**Тема 19.** Разработка структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач

При разработке данной темы необходимо обратить внимание на возможные рекомендации. Дело в том, что в современной практике хозяйствования организационная структура рассматривается как нечто жесткое, незыблемое, так что предложения могут касаться введения нового отдела или объединение или изменение функций имеющихся подразделений на предприятии, однако возможно предложить и внедрение гибких форм, которые в большей степени отвечают стратегическим интересам компании.

**Тема 20.** Применение инструментов стратегического анализа для разработки стратегии предприятия

Для проработки данной темы необходимо инструменты стратегического анализа следует разделить на четыре группы:

- методы анализа макросреды;
- методы анализа микросреды;
- методы анализа стратегического потенциала;
- методы комплексного анализа среды.

**Тема 21.** Стратегический анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в



ней

В качестве объекта исследования необходимо выбрать отрасль. Во второй части представить краткую характеристику отрасли, привести динамику показателей, характеризующих данную отрасль.

Для проведения стратегического анализа отрасли необходимо оценить отрасль исходя из модели 5 сил М. Портера. Провести анализ каждой из пяти сил, а затем дать числовую оценку каждой силы.

**Тема 22.** Подходы к определению источников конкурентных преимуществ организации

Для выявления конкурентных преимуществ и их источников необходимо провести конкурентный анализ и анализ сильных и слабых сторон организации. В качестве основных методов для проведения конкурентного анализа следует использовать конкурентный профиль и оценку конкурентной силы. Для анализа сильных и слабых сторон воспользуйтесь картой сильных и слабых сторон Ф. Котлера, после чего определить источники этих конкурентных преимуществ.

**Тема 23.** Разработка стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ

В работе необходимо провести конкурентный анализ для выявления и оценки конкурентных преимуществ, а затем предложить основные направления развития предприятия на основе этих конкурентных преимуществ. Также в качестве рекомендаций могут быть предложены новое конкурентное преимущество, в этом случае необходимо определить четкий план внедрения этого преимущества, выработать бюджет и оценить эффективность реализации мероприятий по внедрению конкурентного преимущества.

**Тема 24.** Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе и их роль в разработке стратегии

При анализе ключевых факторов успеха (КФУ), необходимо выделить эти факторы для отрасли, в которой функционирует объект исследования. С этой целью необходимо проанализировать отрасль в целом и выбрать КФУ, а затем на основе этих факторов необходимо разработать стратегию выбранного предприятия.

### **Тема 25.** Ресурсы и ключевые компетенции компании как основа стратегии

Для выполнения работы по данной теме необходимо проанализировать ресурсы предприятия по видам в соответствии с классификацией. Далее выявить ключевые компетенции компании, которые сформировались на базе ресурсов, т.е. способности компании вести успешную конкурентную борьбу, те возможности, которыми она обладает. После оценки ресурсов и компетенций необходимо определить слабые и сильные их стороны и на базе этого уже сформировать стратегию организации.

### **Тема 26.** Основные типы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса

Главный акцент работы необходимо сделать на взаимосвязь конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса. Следует предложить конкурентные преимущества, на основе которых могут быть предложены те или иные типы стратегий.

### **Тема 27.** Стратегический анализ диверсифицированной компании

В качестве объекта исследования необходимо выбрать диверсифицированную компанию, которая включает несколько стратегических единиц бизнеса, при проведении стратегического анализа необходимо SWOT-анализ провести для каждой единицы бизнеса и на основе этих матриц составить SWOT-матрицу для всей компании в целом.

### **Тема 28.** Разработка рекламных стратегий компании

В случае выбора данной темы в качестве объекта исследования следует рассмотреть рекламные агентство. Тогда рекламную стратегию необходимо представить как композицию трех составляющих: стратегического, креативного и медийного. При этом разработка рекламной стратегии должна учитывать взаимосвязь и взаимовлияние этих компонентов.

**Тема 29.** Применение инструментария стратегического анализа к разработке стратегии организации

Для проработки данной темы необходимо инструментарий стратегического анализа следует разделить на четыре группы:

- методы анализа макросреды;

- методы анализа микросреды;
- методы анализа стратегического потенциала;
- методы комплексного анализа среды.

### **Тема 30.** Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии

В работе необходимо оценить стратегические альтернативы на основе методов анализа внешней и внутренней среды организации. Затем на основе методов комплексного и портфельного (если компания является диверсифицированной) анализа сделать обоснованный выбор стратегии развития организации.

### **Тема 31.** Стратегический анализ потребителей и конкурентов организации

В работе необходимо оценить потребителей и конкурентов организации. Для оценки потребителей необходимо провести сегментацию и выделить целевых потребителей. Для анализа конкурентов необходимо воспользоваться такими методами конкурентного анализа как: оценка конкурентной силы; многоугольник конкурентоспособности; карта стратегических групп конкурентов.

**Тема 32.** Роль информации в стратегическом планировании деятельности организации

Для проработки данной темы необходимо рассмотреть информационное обеспечение стратегического планирования на предприятии. Следует рассмотреть те базы данных и программные продукты, которые необходимы для проведения стратегического анализа и разработки стратегического плана.

### **Тема 33.** Стиль конкурентной активности в стратегии предприятия

В случае выбора данной темы необходимо провести анализ текущей стратегии организации, определить ее тип исходя из классификации конкурентных стратегий. На основе методов конкурентного анализа предложить направления совершенствования стиля конкурентной активности предприятия.

### **Тема 34.** Управление реализацией стратегией предприятия

Для выполнения работы по данной теме необходимо оценить текущую стратегию организации и предложить мероприятия по ее реализации, включая изменения в организационной структуре и организационной культуре.

### **Тема 35.** Организационная культура как фактор реализации стратегии

В работе необходимо проанализировать организационную культуру организации (традиции, обычаи, микроклимат ит.д.) и ее текущую стратегию (миссию, цели, приоритеты ит.д.). Далее следует определить какой тип организационной культуры соответствует текущей стратегии и предложить рекомендации по изменению организационной культуры.

**Тема 36.** Взаимосвязь основных функциональных стратегий организации

В случае выбора данной темы необходимо провести анализ функциональных стратегий организации и предложить рекомендации по обеспечению взаимосвязи между кадровой, производственной, финансовой и маркетинговой стратегиями.

**Тема 37.** Роль стратегических альянсов в современной экономике

В качестве объекта исследования необходимо выбрать стратегический альянс в нефтегазовом секторе или автомобильной промышленности. Необходимо оценить цели и стратегию альянса, определить пути совершенствования деятельности участников и предложить направления дальнейшей интеграцией.

## 8 Основные требования к презентации курсовой работы

Первый слайд презентации должен быть титульным, то есть включать:

- тему курсовой работы;
- ФИО обучающегося, выполнившего курсовую работу, и номер группы;
- ФИО и должность преподавателя, проверившего курсовую работу;
- дату презентации.

Второй слайд презентации должен содержать формулировку цели и задач исследования.

Третий слайд презентации должен включать наименование и описание основных направлений деятельности выбранного объекта исследования.

На последующих слайдах кратко и емко должны быть представлены результаты проведенного анализа и полученные выводы. Результаты исследования лучше всего представлять в виде таблиц, схем, графиков.

Содержание слайда должно быть представлено в виде тезисов четко структурированного материала. Одно из важных требований к содержанию каждого слайда – это компактность. Текстовая часть слайда должна быть краткой без вводных слов и дублирования, вся, представленная информация должна быть наглядной и читабельной.

Для всей презентации должен быть выбран единый стиль оформления (шрифт, цвета, размещение заголовка и текста, нумерованные и маркированные списки). Необходимо учитывать постоянство используемых цветов, при дизайне следует выбрать 2-3 цвета, которые можно разнообразить их же оттенками. Следует использовать общую цветовую гамму во всей презентации (все заголовки одного цвета, весь основной текст одного цвета, все списки одного цвета и т.п.)

Необходимо использовать единый размер шрифта для всех заголовков на каждом слайде, при этом необходимо учитывать читабельность шрифта (например, для Arial не менее 24 пт). Что касается основного текста и основной информации, то здесь тоже необходимо использовать единый размер шрифта на каждом слайде, в том числе и для таблиц, при этом необходимо учитывать читабельность шрифта

(например, для Arial не менее 18 пт). Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации. Отметим, что шрифты без засечек (Arial, Verdana, Tahoma) более читабельны в электронных текстах.

Каждый слайд должен иметь заголовок и основной текст (рисунок, таблица), при этом в конце названия темы и в заголовках точки недопустимы. Представленный на слайде материал должен занимать не более 2/3 пространства всего слайда.

Таблицы желательно создавать средствами самого программного продукта (например, Microsoft Power Point). Большие таблицы по возможности следует разбивать на несколько более мелких.

Необходимо соблюдать контрастность фона и текста по отношению друг к другу (при подборе цветовой гаммы учитывается цветопередача при проецировании на экран мультимедийной установки) для того, чтобы не снижать наглядности презентации.

При использовании анимационных эффектов необходимо учитывать их уместность и качество. Следует применять релевантную анимацию с целью динамической имитации различных процессов, например, работы алгоритма и т.п. Эффекты должны использоваться только в тех случаях, когда необходимо сконцентрировать внимание на каких-либо формулах, определениях, схемах или при порционной подаче материала. Недопустимо использование нерелевантных и избыточных эффектов анимации, приводящих к быстрому утомлению органа зрения (например, «шашки», «ромб», «вращение», «пишущая машинка» и др.)

Качество графических изображений (фото, рисунков, схем, диаграмм, иллюстраций и т.п.) должно быть высоким, недопустимы нечеткие материалы.

Объем презентации составляет 7-9 слайдов.

## 9 Критерии оценки курсовой работы

**«Отлично»** выставляется за курсовую работу, в которой:

- 1) в полном объеме используется основная, периодическая литература, интернет-ресурсы, нормативно-правовая база по теме исследования;
- 2) дано теоретическое обоснование актуальной темы и анализ современного состояния темы исследования;
- 3) показано применение научных методик, обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами, сделаны выводы и даны практические рекомендации;
- 4) работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.);
- 5) соблюдался график выполнения курсовой работы. (Выполнено 95-100% условий и требований к курсовым работам)

**«Хорошо»** выставляется в случае, если:

- 1) в полном объеме используется основная, периодическая литература, интернет-ресурсы, нормативно-правовая база по теме исследования;
- 2) дано теоретическое обоснование актуальной темы и анализ современного состояния темы исследования;
- 3) показано применение научных методик, но недостаточно обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами, сделаны выводы и даны практические рекомендации;
- 4) работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.);
- 5) соблюдался график выполнения курсовой работы. (Выполнено 70-94% условия и требований курсовым работам)

**«Удовлетворительно»** выставляется:

- 1) библиографический список по теме исследования ограничен;
- 2) дано теоретическое обоснование актуальной темы;

3) показано применение научных методик, но недостаточно обобщен собственный опыт, иллюстрируемый различными наглядными материалами;

4) работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.);

5) график выполнения курсовой работы соблюдался частично. (Выполнено 55-69% условий и требований к курсовым работам)

В иных случае работа не допускается к защите **(неудовлетворительно)**. (Выполнено менее 55% условий и требований к курсовым работам.)



## **10 Обеспечение конфиденциальности материала**

Сегодня обязательным условием успешного бизнеса является обеспечение информационной безопасности и конфиденциальности предпринимательской деятельности.

В соответствии с действующими Федеральными законами «Об информации, информатизации и защите информации» № 24-ФЗ от 20.02.95 г. и «О государственной тайне» №5485-1 от 21.07.93 в ред. от 01.12.2007 г. и др. защите подлежит любая документированная информация, неправомерное обращение с которой может нанести ущерб ее собственнику, владельцу, пользователю и иному лицу.

Таким образом, все документы, необходимые предпринимателю для ведения бизнеса являются, по сути, информационными ресурсами, обладают ценностью для конкурентов и образуют частную интеллектуальную собственность предприятия и подлежат защите от внешних и внутренних пользователей.

Такая информация делится на два вида:

- техническая, технологическая: методы изготовления продукции, структура и стоимость основных производственных фондов, программное обеспечение, производственные показатели, рецептуры, результаты испытаний опытных образцов, данные контроля качества и т.п.;

- деловая: стоимостные показатели, результаты исследования рынка, списки клиентов, экономические прогнозы, стратегия действий на рынке и т.п.

Информация, обладающая ценностью, должна охраняться нормами патентного и авторского права, а также товарными знаками. Такая информация является конфиденциальной, составляет тайну предприятия.

Все данные предприятия, которые являются частными, конфиденциальными должны быть отражены в специальном списке, который утверждается высшим руководством организации, в этом документе указывается срок их

конфиденциальности и уровень защиты, а также список сотрудников, имеющей к ней доступ.

В связи с этим студент при прохождении практики на предприятии и при выполнении исследования для конкретного объекта исследования должен ознакомиться с политикой конфиденциальности, действующей на предприятии, чтобы не создать риска утечки ценной информации. Обычно в этом случае руководство берет с сотрудников расписку о неразглашении коммерческой тайны.

К конфиденциальной относится не только информация о деятельности предприятия, составляющая коммерческую тайну, но и личные персональные данные о частной жизни, данные о численности и структуре кадров, о способах обучения и повышении квалификации ит.д.

Также следует отметить, что в соответствии с постановлением Правительства «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну» от 05.12.91 г. (в ред. от 03.10.2002 N 731), к конфиденциальным документам нельзя относить учредительные документы, уставы предпринимательских структур, финансовую документацию, сведения о заработной плате персонала и другую документированную информацию, необходимую правоохранительным и налоговым государственным органам.

Однако студентам рекомендуется для того чтобы избежать правовых нарушений в курсовой работе не показывать абсолютные значения показателей деятельности предприятия для этого можно использовать динамику показателей в индексах или темпах роста.

а) индивидуальный индекс

$$I = \frac{П_{пл}}{П_{баз}}, \quad (1)$$

где  $П_{пл}$  – показатель рассматриваемого планового периода;

$П_{баз}$  – показатель базового периода.

Например, численность персонала в организации составила в 2010 г. - 120 чел., а в 2011 г. –160 чел. Отношение между этими двумя величинами равно:

$$I = \frac{160}{120} = 1,3. \quad (2)$$

б) при рассмотрении динамики употребляется выражение «рост или снижение в процентах».

Для проведения анализа можно также использовать экспертные методы для оценки показателей предприятия и рынка. В этом случае полученные данные не будут содержать конфиденциальной информации и исследования, выполненное обучающимся не будет представлять угрозу для коммерческой тайны предприятия.

В случае, если обучающийся использует в исследовании для аналитических расчетов частную конфиденциальную информацию, то ему следует получить справку от руководства предприятия о том, что использованные им данные не являются конфиденциальными и не представляют угрозу для предприятия.

## **11 Литература, рекомендуемая для выполнения курсовой работы**

### **11.1 Основная литература**

1 Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 290 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=810318> - ЭБС Znanium издательства «Инфра-М»

2 Курлыкова, А.В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Курлыкова. – М. : ИЦ РИОР : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=354060> - ЭБС Znanium издательства «Инфра-М»

3 Курлыкова, А. В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : практикум: учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент / А. В. Курлыкова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Оренбург. гос. ун-т». - Оренбург : ОГУ. - 2015. – Режим доступа : <http://artlib.osu.ru>

### **11.2 Дополнительная литература**

1 Агафонов, В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры : монография / В.А. Агафонов. — М. : ИНФРА-М, 2018. – 276 с. – (Научная мысль). – [www.dx.doi.org/10.12737/25005](http://www.dx.doi.org/10.12737/25005). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/975795> - ЭБС Znanium издательства «Инфра-М»

2 Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер: Пер. с англ. ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб : Питер, 2002. - 544 с.

3 Аналоуи, Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий. Учебник / Ф. Аналоуи, А. Карамии. – Электрон. текстовые дан. М. :

Юнити-Дана, 2012. - 399 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>- ЭБС Biblioclub «Университетская библиотека онлайн»

4 Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. Е. Л. Леонтьева. - М. : Экономика, 1989. – 519 с.

5 Баринов, В.А. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В.А. Баринов, В. Л. Харченко. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 288 с.

6 Веснин, В. Р. Стратегическое управление : учебник / В. Р. Веснин. - М. : Проспект, 2006. - 328 с.

7 Виноградова, З.И. Стратегический менеджмент: матрица модулей, «дерево» целей: учеб. пособие для вузов / З. И. Виноградова, В. Е. Щербакова. - М. : Фонд «Мир» : Академ. Проект, 2004. - 304 с.

8 Виссема, Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / Х. Виссема: пер. с англ. - М. : Финпресс, 2000. -272 с.

9 Виханский, О.С. Стратегическое управление : учебник / О.С. Виханский.- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономист, 2008. - 296 с.

10 Волкогонова, О. Д. Стратегический менеджмент : учебник / О. Д. Волкогонова, А. Т. Зуб. - М. : Форум : ИНФРА-М, 2006. - 256 с.

11 Грант, Р. М. Современный стратегический анализ. Современный стратегический анализ. 7-е изд./ Р.М. Грант. - СПб. : Питер, 2012. – 539 с.

12 Долгов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие 3-е изд., стереотип. / А.И. Долгов. - М. : Флинта, 2016. – Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/book/83145/> - ЭБС Biblioclub «Университетская библиотека онлайн»

13 Долгов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие 3-е изд., стереотип. / А.И. Долгов. - М. : Флинта, 2011. – Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/book/83145/> - ЭБС Biblioclub «Университетская библиотека онлайн»

14 Ефремов, В. С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования / В. С. Ефремов. - М. : Финпресс, 1998. - 234 с.

- 15 Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2008. - 526 с.
- 16 Илышев, А. М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А. М. Илышев, Н. Н. Илышева, Т. С. Селевич. - М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. - 480 с.
- 17 Илышев, А.М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А. М. Илышев, Н. Н. Илышева, Т. С. Селевич. - М. : Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2010. - 480 с.
- 18 Исаева, Е. А. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях: учебно-методический комплекс / Е. А. Исаева. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 212 с. – Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/> - ЭБС Biblioclub «Университетская библиотека онлайн»
- 19 Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд.- СПб. : Питер, 2006. - 816 с. : ил.
- 20 Курлыкова, А.В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А.В. Курлыкова. – М. : ИЦ РИОР : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=354060> - ЭБС Znanium издательства «Инфра-М»
- 21 Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Ю. Н. Лапыгин. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 836 с.
- 22 Любанова, Т.П. Стратегическое планирование на предприятии : учеб. пособие для вузов / Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова. - М. : ПРИОР, 2001. - 272 с.
- 23 Маленков, Ю. А. Стратегический менеджмент : учебник / Ю. А. Маленков. - М. : Проспект, 2011. - 224 с.
- 24 Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / В. Д Маркова, С. А. Кузнецова. - М. : ИНФРА-М : Новосибирск : Сибирское соглашение, 2006. - 288 с.
- 25 Минцберг, Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж.Б. Куин, С. Гошал / Пер. с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб: Питер, 2001. - 688 с.

- 26 Облой, К. Стратегия успешной компании: пер. с пол. / К. Облой. - М.: Изд-во деловой и учеб.лит, 2005. - 472 с.
- 27 Парахина, В. Н. Стратегический менеджмент: учебник / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. - М. : КноРус, 2005. - 496 с.
- 28 Пласкова, Н. С. Стратегический и текущий экономический анализ: учебник / Н. С. Пласкова. - М. : Эксмо, 2007. - 656 с.
- 29 Портер, М. Международная конкуренция / Портер М. : пер. с англ. ; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. - М. : Международные отношения, 1993 - 896 с.
- 30 Соколова, М.И. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2013. - 528 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=373808> - ЭБС Znanium издательства «Инфра-М»
- 31 Стратегический менеджмент : учебник / под ред. А. Н. Петрова. -СПб. : Питер, 2007. - 496 с.
- 32 Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации : учеб. для вузов : пер. с англ. / А. А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд .- 9-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2001. - 412 с.
- 33 Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон. - М. : Юнити-Дана, 2012. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/book/118643/> - ЭБС Biblioclub «Университетская библиотека онлайн»
- 34 Тренин, Н.Н. Стратегическое управление / Н.Н. Тренин. - М. : Приор, 2002.-288 с.
- 35 Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов / Фомичев А.Н. - М.: Дашков и К, 2018. - 468 с.: ISBN 978-5-394-01974-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/318610> - ЭБС Znanium издательства «Инфра-М»

### **11.3 Периодические издания**

- 1 Проблемы теории и практики управления: журнал. – М.: Агентство «Роспечать», 2018.
- 2 Российский журнал менеджмента: журнал. –М. : Агентство «Роспечать», 2016.
- 3 Менеджмент в России и за рубежом: журнал. – М. : Агентство «Роспечать», 2018.
- 4 Эксперт: журнал. – М. : Агентство «Роспечать», 2016.
- 5 Экономика и управление: журнал. – Спб. : Агентство «Роспечать», 2016.
- 6 Вопросы экономики: журнал. – М. : Агентство «Роспечать», 2018.
- 7 Проблемы управления / Control Sciences: журнал. – М. : Агентство «Роспечать», 2017.
- 8 Российский экономический журнал: журнал. - М. : Агентство «Роспечать», 2018.
- 9 Экономический журнал Высшей школы экономики: журнал. – М. : Агентство «Роспечать», 2016.

### **11.4 Интернет-ресурсы**

- 1 Стратегическое управление и планирование : портал. – Режим доступа: [www.stplan.ru](http://www.stplan.ru)
- 2 Экономические стратегии: журнал / Институт экономических стратегий. – Режим доступа : [www.inesnet.ru](http://www.inesnet.ru)
- 3 Стратегическое планирование и стратегическое управление : сайт.– Режим доступа : [www.strategplann.ru](http://www.strategplann.ru)
- 4 Электронно-библиотечная система IPRbooks.– Режим доступа : [www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)
- 5 Электронно-библиотечная система : Издательство «Лань».– Режим доступа : <http://e.lanbook.com/>



6 <https://www.coursera.org/browse/business/business-strategy> - «Coursera»,  
MOOK: «Бизнес-стратегия»

7 <https://openedu.ru/course/hse/CORPMN/> - «Открытое образование», Каталог  
курсов, MOOK: «Корпоративное управление»



*Оборотная сторона*

**Замечания, комментарии, рекомендации**

**(в случае, если в таблице имеется проставленный (-) ):**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Подпись: \_\_\_\_\_ Курлыкова А.В. \_\_\_\_\_ Дата « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
расшифровка подписи

**Замечания, комментарии, рекомендации**

**(в случае, если в таблице имеется проставленный (-) ):**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Подпись: \_\_\_\_\_ Курлыкова А.В. \_\_\_\_\_ Дата « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
расшифровка подписи