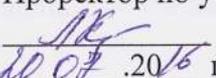


Утверждено приказом ГОУ ВПО ДонГУУ от 23.08.2016г. №675

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 Л.Н.Костина
20 07 .2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Стратегическое планирование экономики фирмы»

Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»

Магистерская программа: «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)»

Донецк
2017

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегическое планирование экономики фирмы» для студентов 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (магистерская программа: «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)») очной и заочной форм обучения.

Автор,

разработчик:

профессор, д.э.н., доцент Т.Л. Иванова

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

Программа рассмотрена на
заседании ПМК кафедры

ПМК № 2 «Экономика фирмы»

Протокол заседания ПМК от

08.06.2017

№

11

дата

Председатель ПМК


(подпись)

Н.В. Лазаренко
(инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена на
заседании кафедры

экономики предприятия

Протокол заседания кафедры от

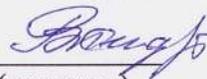
09.06.2017

№

12

дата

Заведующий кафедрой


(подпись)

В.Д. Жидченко
(инициалы, фамилия)

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

Цель дисциплины: изучение методологических основ стратегического планирования экономики фирмы для использования полученных навыков при разработке, реализации и изменениях стратегии фирмы.

Задачи дисциплины:

- изучить сущность стратегического планирования и управления, эволюции его этапов и основных составляющих, методологических основ анализа и диагностики внешней и внутренней среды предприятия, портфельного анализа, условий достижения конкурентных преимуществ и диверсификации деятельности фирмы;
- раскрыть предпосылки возникновения стратегического планирования и управления предприятием на основе реализации радикальных стратегических изменений; разработки стратегических альтернатив развития и совокупности стратегий и условий их реализации;
- определить методические принципы формирования стратегии предприятия, этапов и последовательности ее реализации на базе анализа его внутренней, промежуточной и внешней среды;
- научить методам разработки конкурентоспособной стратегии предприятия, которая является результатом анализа политической, культурной и когнитивной сфер функционирования предприятия;
- ознакомить студента с методами обоснования выбора стратегий, альтернативностью выбора стратегий и оценивания выбранной стратегии;
- показать, студенту процесс и основные инструменты реализации стратегии предприятия: финансового планирования, бюджетирования в процессе реализации стратегического набора и тому подобное;
- обобщить основные требования к разработке стратегий, целей, моделей и методов ведения бизнеса в пределах эффективной системы принятия стратегических решений.

Предмет дисциплины: процесс формирования стратегий предприятия на основе исследования подходов, принципов, методов и моделей стратегического развития в условиях высоко динамичной внутренней и внешней среды предприятия, которые сочетают ресурсный, организационный и культурный аспекты его функционирования.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Код компетенции	Формируемые компетенции	Характеристика сформированности компетенций по итогам изучения дисциплины (результат обучения)
ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА (ОК):		
ОК-1	способностью к философскому подходу к изучению проблем науки и техники, абстрактному мышлению, анализу, синтезу, обобщению, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	Знать: - значимые философские проблемы. Уметь: - понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы. Владеть: - навыками анализа значимых философских проблем.
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и	Знать: - определение понятий социальной и этической ответственности при принятии

	этическую ответственность за принятые решения	<p>организационно-управленческих решений, различие форм и последовательности действий в стандартных и нестандартных ситуациях.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать альтернативные варианты действий в нестандартных ситуациях, определять меру социальной и этической ответственности за принятые организационно-управленческие решения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - целостной системой навыков действий в нестандартных ситуациях, прогнозировать результаты социальной и этической ответственности за принятые решения.
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ОПК)		
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, историческое наследие государства	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные тенденции в сфере стратегического планирования на фирме; - особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий, встречающихся среди членов коллектива; этические нормы общения с коллегами и партнерами; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить межличностные отношения и работать в группе, <i>организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы.</i> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками делового общения в профессиональной среде по вопросам стратегического планирования на фирме; - навыками руководства коллективом для реализации стратегических решений.
ОПК-4	готовностью воспринимать научную информацию, осуществлять ее аналитическую обработку, систематизацию и применять ее на практике	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные методы исследования; - компьютерные технологии в науке и технике; - методы планирования и обработки результатов эксперимента с помощью компьютера. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с различными источниками информации; - проводить научный эксперимент; - применять в профессиональной деятельности современные информационные и коммуникационные технологии; - работать с системами мультимедиа.

		Владеть: – методами получения, хранения и переработки информации.
ОПК-5	способностью совершенствовать организационную структуру управления предприятием, учреждением, организацией, оптимизировать потоки информации	Знать: – сущность и особенности отдельных организационных структур фирмы, их достоинства и недостатки; Уметь: – использовать критерии выбора и создания конкретных организационных структур фирмы исходя из потребностей стратегического планирования и выбора определенных стратегий развития фирмы. Владеть: – методами построения отдельных видов организационных структур фирмы для конкретных стратегических перспектив развития фирмы.
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ПК)		
ПК-1	Способностью владеть методами аналитической работы, связанными с различными аспектами деятельности коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, органов государственной власти и местного самоуправления, внешнеэкономических объединений при министерствах, ассоциаций делового сотрудничества, региональных внешнеэкономических объединений	Знать: - общенаучные методы и специализированные средства аналитической работы в сфере научных исследований. Уметь: – самостоятельно осуществлять разработку плана научного исследования для изучения деятельности коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, органов государственной власти и местного самоуправления, внешнеэкономических объединений при министерствах, ассоциаций делового сотрудничества, региональных внешнеэкономических объединений. Владеть: - навыками социологического и политологического описания механизмов и процессов в сфере государственного и муниципального управления.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Стратегическое планирование экономики фирмы» носит интегральный характер и является обобщающей, завершающей общеспециальную подготовку по данной специальности. Программа дисциплины ориентирована на базовые знания, приобретенные студентами по всем дисциплинам учебного плана.

Методика освоения дисциплины базируется на самостоятельном изучении студентами теоретического материала с помощью рекомендуемой учебно-методической литературы, закреплении его в ходе аудиторных занятий в форме лекций, семинаров и практических занятий, консультаций с преподавателем и обучающих тестов по темам.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Изучение дисциплины «Стратегическое планирование экономики фирмы» основывается на знаниях учебных дисциплин: «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Планирование деятельности предприятия», «Анализ экономики предприятия», «Экономика и организация инновационной деятельности», «Потенциал и развитие предприятия», «Управление капиталом предприятия» и др.

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Изучение дисциплины «Стратегическое планирование экономики фирмы» является базой для изучения учебных дисциплин: «Управление развитием компании», «Экономическое управление предприятием», «Управление ресурсами» и др.

Знания данной дисциплины необходимы также при выполнении курсовых работ и прохождении преддипломной практики (стажирования по специальности).

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента

	Кредиты ECTS (зачетные единицы)	Всего часов		Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам)	
		О	З	Очная	Заочная
				Семестр № 3	Семестр № 4
Общая трудоемкость	4	144	144	Количество часов на вид работы:	
Виды учебной работы, из них:					
Аудиторные занятия (всего)				60	10
В том числе:					
Лекции				20	4
Семинарские занятия				40	6
Самостоятельная работа (всего)				84	134
Промежуточная аттестация					
В том числе:					
экзамен				экзамен	экзамен

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела, темы дисциплины	Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам)	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения

	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1. Концептуальные основы стратегического планирования экономики фирмы										
Тема 1.1. Введение в теорию стратегического планирования и управления фирмой. Эволюционные этапы развития науки	4		4	10	18	2		2	18	24
Тема 1.2. Проблемы стратегического управления развитием фирмы	2		4	12	18	2		2	18	22
Тема 1.3. Стратегия фирмы как основа стратегического управления	2		4	12	18				16	16
Тема 1.4. Видение, миссия и цели фирмы	2		4	10	16				14	14
Итого по разделу:	10		16	44	70	4		4	66	76
Раздел 2. Основные методы стратегического планирования экономики фирмы										
Тема 2.1. Анализ среды фирмы	2		8	4	14					14
Тема 2.2. Формирование стратегических целей и стратегии фирмы	2		4	10	16					14
Тема 2.3. Матричные методы формирования корпоративной стратегии фирмы	2		4	10	16			2		14
Тема 2.4. Альтернативность в стратегическом выборе	2		4	8	14					14
Тема 2.5. Стратегия и организационная структура фирмы	2		4	8	14					12
Итого по разделу:	10		24	40	74				68	68
Всего за семестр:	20		40	84	144	4		6	134	144

4.2. Содержание разделов дисциплины:

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских/практических занятий		
				Кол-во часов
		О	З	
1	2	3	4	5
Раздел 1. Концептуальные основы стратегического управления фирмы				
Тема 1.1. Введение в	Понятие и определение	Семинарское	4	2

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских/практических занятий		
			Кол-во часов	
			О	З
1	2	3	4	5
теорию стратегического управления фирмой и эволюционные этапы его развития	стратегического управления фирмой. Соотношение понятий «стратегия», «тактика», «политика». Основные этапы формирования концепции стратегического управления. Факторы содействия стратегическому развитию. Системный подход к стратегическому управлению. Современные подходы к стратегическому управлению.	занятие 1:		
		1. Сущность стратегического управления фирмой.		
		2. Отличительные характеристики стратегического управления.		
		3. Этапы формирования стратегии фирмы.		
Тема 1.2. Проблемы стратегического планирования и управления развитием фирмы	Анализ среды как основа стратегического управления: изучение среды, характеристика компонентов макроокружения. Анализ конкурентной среды и его значение для стратегического управления. Анализ внутренней среды фирмы как условие стратегического развития.	Семинарское занятие 2:	4	2
		1. Миссия и основная цель фирмы.		
		2. Установление целей фирмы.		
		3. Направления, фазы и способы установления целей. 4. Формы принятия решений.		
Тема 1.3. Стратегия фирмы как основа стратегического планирования экономики фирмы	Понятие стратегии деятельности фирмы. Значение стратегии для обеспечения стабильной успешной деятельности фирмы. Стратегия и тактика. Факторы, определяющие тактику фирмы. Понятие и сущность стратегического управления. Функциональная, процессная, элементные стороны стратегического управления. Предпосылки построения концепции стратегического управления.	Семинарское занятие 3:	4	-
		1. Понятие стратегии деятельности фирмы.		
		2. Характеристика потенциала общего руководства: компетенция. Сфера компетенции менеджера.		
		3. Разработка стратегии и структура управления фирмой. Функции делового управления. Информационно-аналитическое обеспечение процесса разработки стратегии.		
Тема 1.4. Видение, миссия и цели	Целеполагание в стратегическом	Семинарское занятие 4:	4	-

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских/практических занятий		
			Кол-во часов	
			О	З
1	2	3	4	5
фирмы в контексте стратегического планирования	менеджменте. Миссия организации. Стратегические цели и методы их разработки.	1. Анализ общей макросреды фирмы.		
		2. Операционная внешняя среда (микросреда) фирмы.		
		3 Система сканирования внешней среды.		
		4. Прогнозирование как метод оценки будущей среды.		
		5. Движущие силы конкуренции по М. Портеру.		
Раздел 2. Основные методы стратегического управления предприятием				
Тема 2.1. Анализ среды фирмы	Формирование базы данных о внешней и внутренней среде. Анализ внешней среды. Анализ внутренней среды. SWOT-анализ.	Семинарское занятие 5:	8	-
		1. Функциональный анализ фирмы.		
		2. Сущность SWOT-анализа.		
Тема 2.2. Формирование стратегических целей и стратегии фирмы	Построение «дерева целей». Основные направления формулирования целей. Критерии оценки целей.	Семинарское занятие 6:	4	-
		1. Дерево целей» и его иерархия.		
		2. Классификация стратегических целей фирмы.		
Тема 2.3. Матричные методы формирования корпоративной стратегии фирмы	Цель создания портфеля предприятия. Методы портфельного анализа. Четыре основных позиции бизнеса по матрице БКГ. Альтернативные стратегии в пределах БКГ. Матрица «привлекательность - конкурентоспособность (матрица «Дженерал Электрик Компани» и фирмы «Мак-Кинси») и ее факторы:	Семинарское занятие 7:	4	2
		1. Портфельный анализ. Этапы анализа портфеля бизнесов.		
		2. Матрица «рост рынка - доля рынка» (Бостонская консалтинговая группа).		
		3. Матрица «привлекательность - конкурентоспособность (матрица «Дженерал		

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание разделов дисциплины	Содержание семинарских/практических занятий		
			Кол-во часов	
			О	З
1	2	3	4	5
	стратегия (<i>strategy</i>), навыки (<i>skills</i>), общепризнанные ценности (<i>shared values</i>), структура организации (<i>structure</i>), системы (<i>systems</i>), кадры (<i>staff</i>), стиль (<i>style</i>). Модель <i>PIMS</i> (profit impact of market strategy) как инструмент для принятия стратегических решений.	Электрик Компани» и фирмы «Мак-Кинси». 4. Комплексный деловой анализ PIMS.		
Тема 2.4. Альтернативность в стратегическом планировании и выборе	Основные стратегические альтернативы и их ограничения. Этапы и ключевые факторы выбора решений. Оценка выбранных альтернативных стратегий. Экспертные методы в стратегическом выборе.	Семинарское занятие 8:	4	-
		1. Стратегические альтернативы.		
		2. Выбор стратегии.		
		3. Оценка избранных альтернативных стратегий.		
		4. Экспертные методы в стратегическом выборе.		
Тема 2.5. Стратегия и организационная структура фирмы	Поиск новых форм управления в соответствии с избранной моделью стратегического поведения фирмы. Нововведения в управлении и возможности их использования для реализации стратегий. Методика и организация нововведений в стратегическом управлении. Сущность и особенности стратегического планирования фирмой. Основы и цель тактического планирования и проектирования. Главные функции программирования.	Семинарское занятие 9:	4	-
		1. Понятие и роль организационной структуры управления фирмой.		
		2. Разновидности структур стратегического управления фирмой.		
		3. Выбор организационной структуры управления фирмой и разработка стратегического плана.		

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Экономика фирмы (продвинутый уровень)»

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Иванова Т.Л. Стратегическое управление предприятием для студентов 2-го курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (магистерская программа: «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)» очной и заочной форм обучения: разработ. - д.э.н., доц. Т.Л. Иванова [Электронный ресурс]. – Утверждено на заседании кафедры экономики предприятия (Протокол №1 от 26.08.17).

2. Конспект лекций по дисциплине «Стратегическое планирование экономики фирмы» для студентов 2-го курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (магистерская программа: «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)» очной и заочной форм обучения: разработ. - д.э.н., доц. Т.Л. Иванова [Электронный ресурс]. – Утверждено на заседании кафедры экономики предприятия (Протокол №1 от 26.08.17).

3. Методические рекомендации к семинарским занятиям по дисциплине «Стратегическое планирование экономики фирмы» для студентов 2-го курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (магистерская программа: «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)» очной и заочной форм обучения: разработ. - д.э.н., доц. Т.Л. Иванова [Электронный ресурс]. – Утверждено на заседании кафедры экономики предприятия (Протокол №1 от 26.08.17).

4. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы по дисциплине «Стратегическое планирование экономики фирмы» для студентов 2-го курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (магистерская программа: «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)» очной и заочной форм обучения: разработ. - д.э.н., доц. Т.Л. Иванова [Электронный ресурс]. – Утверждено на заседании кафедры экономики предприятия (Протокол №1 от 26.08.17).

5. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Стратегическое планирование экономики фирмы» для студентов 2-го курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 38.04.01 «Экономика» (магистерская программа «Экономика фирмы (по видам экономической деятельности)» очной / заочной форм обучения / составитель Т.Л. Иванова. - Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 92 с. - Утверждены на заседании учебно-методического совета ГОУ ВПО «ДонАУиГС» (протокол № 7 от 19.06. 2017 г.)

2. Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

1. Анализ среды как основа стратегического планирования и управления: изучение среды, характеристика компонентов макроокружения.

2. Анализ конкурентной среды и его значение для стратегического планирования экономики фирмы.

3. Анализ внутренней среды фирмы как условие стратегического планирования на фирме.

4. Понятие стратегии в экономической деятельности фирмы.

5. Значение стратегии для обеспечения стабильной успешной деятельности фирмы.

6. Стратегия и тактика. Факторы, определяющие тактику фирмы.

7. Понятие и сущность стратегического планирования.

8. Функциональная, процессная, элементные стороны стратегического управления.

9. Предпосылки построения концепции стратегического управления.

10. Стратегический маркетинг как составная часть стратегического планирования.
11. Особенности развития стратегического маркетинга и стратегического.
12. Рыночные тенденции образования концепции стратегического маркетинга в процессе эволюции теорий маркетинга и управления.
13. Ситуационный анализ в стратегическом планировании и управлении и его особенности.
14. Возможности применения ситуационного анализа для реализации различных моделей стратегического поведения фирмы.
15. Основные направления формулирования целей. Критерии оценки целей.
16. Гибкость производства как экономическая категория, характеризующая способность системы к эффективной адаптации. Критерии гибкости экономической системы.
17. Жизненные циклы спроса, технологии и товаров.
18. Влияние стратегии предприятия на его техническую политику.
19. Внешнеэкономическая деятельность фирмы: основные направления, цели фирмы.
20. Факторы, определяющие стратегическое поле планирования деятельности фирмы.
21. Международная сегментация и стратегии выхода на зарубежные рынки.
22. Анализ стратегических изменений и их влияние на структуру управления.
23. Характер преобразования организационных структур под влиянием изменения стратегий.
24. Потенциал как совокупность возможностей организации.
25. Понятие стратегических ресурсов организации.
26. Производственная система как совокупность взаимосвязанных стратегических ресурсов.
27. Поиск новых форм управления в соответствии с избранной моделью стратегического поведения фирмы.
28. Нововведения в стратегическом планировании и возможности их использования для реализации стратегий.
29. Методика и организация нововведений в стратегическом планировании.
30. Обеспечение гибкости систем планирования и управления в процессе их построения для реализации стратегий.

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. 3-е изд.- М.: Омега-Л, 2008.
2. Харченко К.В. Муниципальное стратегическое планирование: от теории к технологии. Белгород: Обл. типография, 2009.
3. Петров А.Н. Стратегическое управление в публичной сфере. СПб.: Питер, 2006
4. Зуб А.Т. Стратегическое управление в публичной сфере. 2-е изд. М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007.
5. Томпсон-мл.А.А., Стрикленд Ш А.Дж. Стратегическое управление в публичной сфере: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2009.
6. Соловьев А.И. Принятие государственных решений. 2-е изд.,- М.:КНОРУС, 2009

7. Лобанов В.В. Государственное управление и общественная политика.- СПб.: Питер, 2004.
8. Лапыгин Ю.Н. Стратегическое управление в публичной сфере.- М.: ИНФРА-М, 2007.
9. Кобилев А.Г., Кирнев А.Д., Рудой В.В. Муниципальное управление и социальное планирование в муниципальном хозяйстве. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007.
10. Попов Ю.И., Яковенко О.В. Управление проектами. – М.: ИНФРА-М, 2007.
11. Ларионов И.К. Стратегия социального управления. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004.
12. Вертакова Ю.В., Согачева О.В. Исследование социально-экономических и политических процессов. – М.: КНОРУС, 2009.
13. Найбороденко Н.М. Прогнозирование и стратегия социального развития России – 2-е изд. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2003.
14. Олейник А.Н. Институциональная экономика.- М.: ИНФРА-М, 2007.
15. Деев А.С., Хвошин А.А. Эффективность и результативность публичного управления. Тюмень: Издательство ТюмГУ, 2007.
16. Емельянов А.А. Имитационное моделирование экономических процессов / А.А.Емельянов, Р.В.Дума, Е.А.Власова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 417с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=59697&sr=1>.
17. Иванова Т.Л. Стратегическое управление фирмой: Конспект лекций / Т.Л.Иванова. – Донецк: ДонГУУ, 2016. – 156 с.
18. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы / М.М.Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 248 с.
19. Рябых Д. Бизнес-планирование на компьютере (+CD с уникальной коллекцией бизнес-планов и программами) / Д.Рябых. –СПб.: Питер, 2009. – 235 с.
20. Горемыкин В.А. Планирование на предприятии: Учебник / В.А.Горемыкин. – М.: Юрайт, 2012. – 696 с.

5.3. Дополнительная литература:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер Ком, 1999.
2. Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г. Математико-статистические методы экспертных оценок М.: Статистика 1974.
3. Боумен К. Основы стратегического менеджмента. Пер. с англ. Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.
4. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. / Пер. с нем. М.: АО «Интерэксперт»; экономика, 1995.
5. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Гардарики, 1999.
6. Григорьева В.З., Ивахник Д.Е. Стратегическое управление в публичной сфере: Практикум. Благовещенск: Изд-во Амурского гос. университета, 2001.
7. Ивахник Д.Е. Анализ конкурентоспособности. Учебно-методический комплекс. Тюмень: Изд-во Тюменского гос. университета, 2003.
8. Кохно Г.А., Микрюхов В.А., Комаров С.Е. Менеджмент. М.: «Финансы и статистика», 1993.
9. Краснова В., Матвеева А., Привалов А., Хорошавина Н. Семь нот менеджмента: изд. 2-е. М.: ЗАО «Журнал эксперт», 1997.
10. Портер М. Международная конкуренция /Пер. с англ., под ред. и с предисл. В.Д. Щетиника. М.: Международные отношения, 1993.
11. Справочник по математике для экономистов. М.: Высшая школа, 1987.

12. Стратегия и практика антикризисного управления фирмой /под.ред. А.П.Градова, Б.И. Кузина. СПб.: Специальная литература, 1996.

13. Томпсон А.А., Стрикланд А.Дж., Стратегическое управление в публичной сфере. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для ВУЗов /пер. с англ. Под ред. Л.Г.Зайцева, М.И.Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.

14. Фатхудинов Р.А. Стратегическое управление в публичной сфере: учебник для ВУЗов. 2-е изд., доп. М.: ЗАО «Бизнес-школа Интел-синтез». 1998.

15. Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособие / Под ред. А.П. Градова. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Специальная литература, 1999.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

www.gks.ru (Официальный сайт Госкомстата РФ)

www.sosig.ac.uk/roads/subjectlisting/UK/deniog.html (Информационный портал по социальным наукам, Великобритания)

www.openedu.ru (информационный сайт с тестовыми заданиями)

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

7.1. Перечень информационных технологий

- Изложение лекционного-презентационного материала с использованием мультимедийной техники.

– Компьютерное тестирование по итогам изучения разделов дисциплины.

– Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

– Использование электронных презентаций при проведении семинарских.

7.2. Перечень программного обеспечения

– Программы для демонстрации и создания презентаций («Microsoft Power Point»).

- программа для проведения тестирования (My TextstX)/

7.3. Перечень информационных справочных систем

Программное обеспечение не применяется и информационные справочные системы не используются.

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: курсовая работа «**Оценка конкурентоспособности потенциала и разработка конкурентной бизнес-стратегии фирмы**».

В целях обеспечения развития творческих способностей студентов, самостоятельности в работе, ответственного отношения к учебным обязанностям и проверки формируемых в результате изучения дисциплины компетенций проводится текущий контроль успеваемости. Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;
- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;

- участие в дискуссии (деловой игре) по проблемным темам дисциплины и оценка качества анализа проведенной научно-исследовательской работы;
- разбор проблемной ситуации (метод «кейс-стади»).

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в форме экзамена позволяет оценить уровень сформированности компетенций и осуществляется по результатам ответа на вопросы и выполнения заданий экзаменационного билета.

Вопросы для подготовки к экзамену формируются на основе рабочей программы учебной дисциплины «Стратегическое планирование экономики фирмы».

Каждый вопрос экзаменационного билета оценивается специально указанным количеством баллов. Экзаменационный билет должен состоять из теоретических вопросов и практических вопросов (например: задачи и/или теста).

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость)	Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя	Оценка по государственной шкале	Оценка по шкале ECTS	Определение
4,5 – 5,0	90% – 100%	5	A	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%)
4,0 – 4,49	80% – 89%	4	B	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%)
3,75 – 3,99	75% – 79%	4	C	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%)
3,25 – 3,74	65% – 74%	3	D	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%)
3,0 – 3,24	60% – 64%	3	E	достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным

				количеством недостатков (до 40%)
до 3,0	35% – 59%	2	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%)
	0 – 34%	2	F	неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%)

8.3. Критерии оценки работы студента

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

- 90-100% – «5»,
- 75-89% – «4»,
- 60-74% – «3»,
- менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

8.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы)

Примерные вопросы к устному опрашиванию (собеседованию) на семинарском занятии по теме 2.1 «Анализ среды фирмы»:

1. Внутренняя и внешняя среда фирмы.
2. Конкурентная среда фирмы.
3. Основные характеристики среды фирмы.
4. Проблема выбора стратегии фирмы с учетом влияния факторов внешней среды.
5. Международные, национальные и рыночные группы факторов внешней среды предприятия (фирмы).
6. Основные субъекты внешней микросреды организации (поставщики, посредники, конкуренты, покупатели и контактные аудитории).
7. Основные факторы внешней макросреды организации (экономический, демографический, социальный, правовой, политический, природно-географический и экологический, научно-технический, культурный и человеческий, криминальный).
8. Взаимосвязанность факторов, подвижность, сложность и неопределенность среды организации в условиях рыночных отношений.

Критерии оценки:

- уровень освоения обучающимся материала, предусмотренного учебной программой;
- умение обучающегося использовать теоретические знания при ответе на поставленные проблемные вопросы;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа.

Описание шкалы оценивания

Отметка *«отлично»* ставится, если:

- изученный материал изложен полно, определения даны верно;
- ответ показывает понимание материала;
- обучающийся может обосновать свои суждения, привести необходимые практические примеры, причем не только по учебнику и конспекту, но и самостоятельно составленные.

Отметка *«хорошо»* ставится, если:

- изученный материал изложен достаточно полно;
- при ответе допускаются ошибки, заминки, которые обучающийся в состоянии исправить самостоятельно при наводящих вопросах;
- обучающийся затрудняется с ответами на 1-2 дополнительных вопроса.

Отметка *«удовлетворительно»* ставится, если:

- материал изложен неполно, с неточностями в определении понятий или формулировке определений;
- материал излагается непоследовательно;
- обучающийся не может достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- на 50% дополнительных вопросов даны неверные ответы.

Отметка *«неудовлетворительно»* ставится, если:

- при ответе обнаруживается полное незнание и непонимание изучаемого материала;
- материал излагается неуверенно, беспорядочно;
- даны неверные ответы более чем на 50% дополнительных вопросов.

Текущий контроль по третьему модулю осуществляется методом опроса студентов на семинарских занятиях, проведения дискуссий по пройденному материалу, решения и разбора ситуационных задач. Рубежный контроль успеваемости проводится методом тестирования, письменного опроса.

Пример тестового задания 1. С применением какого стратегического инструмента можно классифицировать продукцию по ее доле на рынке относительно основных конкурентов и темпам годового роста?

- 1) «пяти сил» Портера
 - 2) «МакКинзи»
 - 3) «Дженерал Электрик»
 - + 4) матрицы Бостонской консультационной группы (БКГ)
1. Бостонская матрица концентрируется на положительных и отрицательных денежных потоках, которые ассоциируются с различными ... предприятия и его продуктами
ОТВЕТ: Бизнес-единицами
 2. Конкурентная борьба – это ...
 - + 1) соперничество фирм за рынки сбыта, активных и потенциальных покупателей
 - 2) соревнование фирм, которые производят похожие товары на существующем рынке
 - 3) борьба за существующие рынки сбыта, выход на новые сегменты
 - 4) отстаивание интересов фирмы за потенциальных потребителей

Пример ситуационной задачи

Для успешного выживания в долгосрочной перспективе организация должна постоянно предпринимать усилия, направленные на то, чтобы делать свой продукт более дешевым либо обладающим какими-то отличительными потребительскими свойствами. Постарайтесь определить, чем должно отличаться управление фирмами, ориентирующимися на создание ценового преимущества, от управления фирмами, имеющими цель создать преимуществ за счет качественных отличий своей продукции.

Задание: Стратегии предприятий различных отраслей

Контрольные вопросы

1. В чём суть программно-целевого планирования?

2. Проанализируйте методы, применяемые в стратегическом анализе и планировании. Приведите примеры из отечественной практики.
3. Что даёт «цепочка ценностей» М. Портера для анализа предприятия?
4. Что, на ваш взгляд, сдерживает или затрудняет проведение комплексного анализа деятельности предприятий Донецкой Народной Республики?
5. Назовите ряд проблем, связанных с построением «дерева целей» предприятия
6. Назовите сильные и слабые стороны использования стохастических сетевых моделей в стратегическом планировании на фирме.

Примеры тестовых заданий

1. Задача конкурентных стратегий заключается в:
 - + 1) установлении конкурентных преимуществ предприятия
 - 2) взаимодействии внешней и внутренней среды предприятия
 - 3) развитии новых рынков сбыта продукции
 - 4) внедрение современных технологий
2. Установите последовательность, в которой должны отражаться этапы процесса стратегического планирования:
 - 1) концепция общей стратегии
 - 2) стратегический анализ
 - 3) планирование
 - 4) цели предприятия
 - 5) миссия предприятия
3. Какая комбинация сочетания параметров предприятия (отрасль, организация, продукт и рыночная привлекательность) связана с проведением стратегии обычных изменений?
 - 1) рыночная привлекательность + отрасль
 - 2) рыночная привлекательность + продукт + организация
 - +3) рыночная привлекательность + продукт
 - 4) рыночная привлекательность + организация

Пример ситуационной задачи

Конструкторское бюро одного из акционерных предприятий города разработало и довело до серийного производства изделие, необходимое отрасли. Доработка опытного образца до серии производилась в сжатые сроки, изделие получилось высшего качества и конкурентоспособным. Оно составило 80% всей выпускаемой предприятием продукции. Производство было хорошо отлажено, и предприятие постоянно выполняло заказы. Главный инженер отдал распоряжение никаких изменений, усовершенствований по данному изделию не проводить, рабочие параметры не изменять; вследствие чего 5 лет конструкторы занимались только совершенствованием упаковки. За это время на другом предприятии разрабатывали аналогичные изделия, но с улучшенными эксплуатационными характеристиками. В результате на первом заводе продукцию вынуждены были снять с производства и предприятие стало перестраиваться на выпуск другого изделия. Перестройка проходила очень тяжело, и предприятие в течение многих месяцев не могло выйти на заданную программу.

Вопросы

1. Целесообразно ли было снимать с производства одно изделие и заменять его другим?
2. Как следовало поступать в данной ситуации руководству первого предприятия?
3. Какие вы бы приняли меры, прежде чем осуществить переход с производства одного изделия на другое? Охарактеризуйте позицию главного инженера.
4. Применительно к изложенной ситуации дайте характеристику стратегического менеджмента на первом и втором предприятиях.

5. Какие конкурентные преимущества имеет второе предприятие перед первым и почему?

Задача о конкурентной стратегии

Компания ИКЕА, крупный розничный продавец мебели в Швеции, за последние десятилетия превратилась в крупную международную компанию, несколько филиалов которой успешно действуют в Московской области. Международный успех ИКЕА в решающей степени был предопределен оригинальной конкурентной стратегией. Эта стратегия выстроена вокруг ряда отличающихся от конкурентов видов деятельности, которые обеспечивают уникальную природу создаваемой ценности для своих целевых потребителей.

Не прибегая к помощи продавцов, обычно сопровождающих покупателей в традиционных мебельных магазинах, компания ИКЕА использует модель самообслуживания. В ней выставляется продукция в павильонах, напоминающих комнаты, таким образом, чтобы потребитель мог легко разобраться во всем без посторонней помощи. Чтобы избежать зависимости от производителей-поставщиков мебели, которые стремятся обслуживать массовый рынок, компания разрабатывает собственную недорогую модульную и готовую к сборке мебель. Эта мебель централизованно производится на предприятиях ИКЕА в тех странах, в которых более низкие издержки производства, транспортировки и стоимости материалов. По соседству с выставочными павильонами находятся складские помещения и секция с товарами в ящиках. Потребители могут самостоятельно произвести погрузку и доставку закупленных модулей мебели. При этом компания может продавать им специальные багажники, устанавливаемые на крыше автомобиля, которые покупатели могут вернуть и получить заплаченные деньги при следующем посещении магазина. Компания ИКЕА ориентирует свою деятельность на молодых работающих покупателей, которые стремятся найти одновременно современный стиль мебели по низкой стоимости. Кроме того, ИКЕА предлагает ряд дополнительных услуг: удлиненный рабочий день магазина; детский сад прямо в магазине. Это соответствует целевым покупателям – молодым, не очень состоятельным, имеющим, как правило, детей – которым удобнее посещать магазин в поздние часы.

Вопросы:

1. К какому виду относится конкурентная стратегия компании ИКЕА? Обоснуйте свое утверждение, рассмотрев основные компоненты этой стратегии.

2. В чем, на ваш взгляд, заключаются преимущества и ограничения используемой стратегии?

3. Можно ли считать компанию ИКЕА крупным розничным торговцем мебели?

Решение задачи см. ниже

Рекомендуемые задачи по дисциплине

- *Задача №1* (расчет индекса Херфиндаля-Хиршмана)

На рынке некоторого товара действуют 14 фирм. Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3,...

- *Задача №2* (расчет емкости рынка)

Группа основателей фирмы начинает свою деятельность и планирует сосредоточить ее на производстве...

- *Задача №3* (расчет емкости и доли рынка)

ЧМП «Интерпром» изготавливает декоративные решетки, металлические двери, сейфы и др....

- *Задача №4* (разработка номенклатуры товаров)

Разработайте номенклатуру товаров, продаваемых в магазинах с такой вывеской: «Чай-кофе»; «Парижанка»; «Черный...

Решение задачи:

1. К какому виду относится конкурентная стратегия компании ИКЕА?

Стратегию, реализуемую компанией ИКЕА, следует отнести к группе стратегий создания и удержания конкурентных преимуществ, в частности, это стратегия минимизации издержек (стратегия лидерства по издержкам). При этом отличительной особенностью данной стратегии, что дешевизна не означает низкое качество. В ИКЕА вся мебель отличается достаточно высоким общим качеством, и в совокупности с невысокой ценой эти факторы и оказывают такое сильное влияние на успех компании в целом.

Основные компоненты стратегии компании ИКЕА:

- модель самообслуживания, покупатель при этом может легко разобраться во всем без посторонней помощи;
- невысокая стоимость мебели;
- обеспечение особых удобств для покупателей: удлиненный рабочий день магазина; детский сад прямо в магазине, возможность воспользоваться инвентарем для облегчения доставки мебели;
- отсутствие зависимости от поставщиков;
- низкие издержки производства, транспортировки и стоимости материалов.

В одном из своих исследований Harvard Business School называет стратегию ИКЕА «мягким принуждением» и говорит о том, что компания, превращая обычный шопинг в приятное времяпровождение, ненавязчиво заставляет покупателей тратить больше денег. Не могу с этим согласиться. Людей невозможно заставить покупать, если они того не хотят. Секрет успеха ИКЕА прост – здесь смотрят на вещи глазами покупателя.

2. В чем, на ваш взгляд, заключаются преимущества и ограничения используемой стратегии?

Преимущества стратегии лидерства по издержкам:

1. Низкие издержки защищают эту фирму от могущественных покупателей, т.к. покупатели могут использовать свои возможности только для того, чтобы сбивать ее цены до уровня цен, предлагаемых конкурентом, который по эффективности следует за этой фирмой.
2. Низкие издержки защищают фирму от поставщиков, обеспечивая большую гибкость противодействия им по мере роста затрат на вводимые ресурсы.
3. Факторы, ведущие к низким издержкам, обычно создают и высокие барьеры на пути к вступлению конкурентов в отрасль – это экономия на масштабе или преимущества по затратам.
4. Наконец, низкие издержки обычно ставят фирму в выгодное положение по отношению к продуктам-заменителям.

Таким образом, позиция низких издержек защищает фирму от всех пяти конкурентных сил, потому что борьба за выгодные условия сделки может уменьшать ее прибыли лишь до тех пор, пока не будут уничтожены прибыли следующего за ней по эффективности конкурента. Менее эффективные фирмы в условиях обострившейся конкуренции пострадают первыми.

Недостатками стратегии лидерства по издержкам являются следующие:

- во-первых, стратегия лидерства по издержкам чревата затяжной войной цен, в которой потери из-за снижения цен в конечном итоге превысят экономию, в результате чего общая рентабельность компании снизится;
- во-вторых, выбирая стратегию лидерства по издержкам, компания должна помнить, что методы снижения издержек не всегда будут ее исключительной собственностью, и что конкурентам легко воспроизвести их. Ценность стратегии лидерства по издержкам во многом зависит от ее устойчивости к копированию, т.е. от того, насколько трудно конкурентам воспроизвести методы снижения издержек;
- в-третьих, лидер по издержкам рискует чрезмерно увлечься снижением издержек. Компания полностью сосредоточится на этом направлении и забудет о других важных факторах, например, о предложении дополнительных товаров и услуг,

совершенствовании существующих товаров, разработке новых методов использования товара, возможном снижении чувствительности покупателя к цене. Пока компания работает над снижением издержек, покупатель может изменить свои предпочтения и потребовать улучшения качества, новых свойств, улучшения обслуживания и пр.

3. Можно ли считать компанию ИКЕА крупным розничным торговцем мебели?

Да, безусловно, компания ИКЕА является крупным розничным торговцем мебели. Компания ИКЕА выпускает и продаёт недорогую массовую мебель, которую покупатели собирают дома самостоятельно. Сеть торговых центров компании на конец 2008 года насчитывала 231 магазинов в 24 странах мира (по большей части в Европе). Тираж каталога ИКЕА, распространяемый бесплатно, за 2008 г. составил 200 миллионов экземпляров каталога в 52 изданиях на 27 языках. Компании Swedwood, входящей в концерн ИКЕА, принадлежит более 30 мебельных и деревообрабатывающих предприятий в 11 странах мира.

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Процедура оценивания знаний, умений, владений по дисциплине включает учет успешности по всем видам заявленных оценочных средств.

Примерный перечень оценочных средств при изучении учебной дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	2	3	4
1	Курсовая работа	Продукт самостоятельного исследования студентом проблемного вопроса по оценке конкурентоспособности потенциала и разработке конкурентной бизнес-стратегии фирмы , содержащий обзор научной литературы по выбранной теме, а также материалы практического анализа и рекомендации по совершенствованию деятельности конкретного хозяйствующего субъекта – предприятия (фирмы).	Оценка конкурентоспособности потенциала и разработка конкурентной бизнес-стратегии фирмы. – Утверждено на заседании Учебно-методического совета ДонАУиГС от 19.06.2017 г.
2	Контрольная работа	Средство проверки умений студентов применять полученные знания для решения задач определенного типа по темам определенного раздела учебной дисциплины.	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания по уровням освоения учебного материала:: а) репродуктивного – позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) продуктивного (конструктивного) –	Комплект разноуровневых задач и заданий

		<p>позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого – позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	
4	Реферат	<p>Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.</p>	Темы рефератов
5	Доклад, сообщение	<p>Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.</p>	Темы докладов, сообщений
6	Устное опрашивание (собеседование)	<p>Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.</p>	Вопросы по темам/разделам дисциплины
7	Тест	<p>Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося в процессе изучения дисциплины.</p>	Фонд тестовых заданий

Тестирование по разделам учебной дисциплины проводится на семинарских занятиях и включает вопросы по пройденной теме. Темы докладов, презентаций, рефератов и др. распределяются на первом занятии, готовые доклады сообщаются в соответствующие сроки. Устный опрос проводится на каждом семинарском занятии и затрагивает как тематику прошедшего занятия, так и лекционный материал.

Шкала оценивания текущего контроля качества освоения учебной дисциплины

Неудовлетворительно (баллов (%) включительно)	Удовлетворительно (баллов (%) включительно)	Хорошо (баллов (%) включительно)	Отлично (баллов (%) включительно)
0-59	60-74	75-89	90-100

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в табл.п.8.2.

По окончании освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация в форме экзамена, что позволяет оценить совокупность приобретенных в процессе обучения компетенций. При выставлении итоговой оценки применяется балльно-рейтинговая система оценки результатов обучения.

Экзамен предназначен для оценки работы обучающегося в течение всего срока изучения дисциплины и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных обучающимся теоретических знаний и умений (приводить примеры практического использования знаний (например, применять их в решении практических задач), приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления).

Оценка сформированности компетенций на экзамене для тех обучающихся, которые пропускали занятия и не участвовали в проверке компетенций во время изучения дисциплины, проводится после индивидуального собеседования с преподавателем по пропущенным или не усвоенным обучающимся темам с последующей оценкой самостоятельно усвоенных знаний на экзамене.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Стратегическое планирование экономики фирмы»

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- Лекции (проходят по всем темам дисциплины, носят проблемный характер);
- Семинарские занятия (с обсуждением основных вопросов, рассмотренных в лекциях и учебной литературе, проведением тестирования, осуществлением контроля результатов выполнения индивидуальных заданий, степени освоения темы и дисциплины в целом);
- Консультация преподавателей и индивидуальная работа (по темам НИРС);
- Самостоятельная работа студентов (выполнение домашних заданий, освоение теоретического материала, подготовка к семинарским занятиям).

2. Методы обучения с применением активных и интерактивных форм образовательных технологий:

- Решение ситуативных и производственных (профессиональных) задач;
- Анализ деловых ситуаций.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме выполнения курсовой работы и экзамена.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории, оснащенные стандартным оборудованием (доска, мел и пр.).

Мультимедийное оборудование.

Информационный раздаточный материал, в т.ч. рабочие тетради для аудиторной и домашней работы, задания для самостоятельной работы и т.д.

11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)

