Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.10.2023 15:25:32
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Начальник отдела лицензирования и аккредитации
_____ Чаленко К.Н.
«01» 06 2020 г.

Рабочая программа дисциплины
Бизнес-среда организации

по профессионально-образовательной программе направление 38.03.02 "Менеджмент"
профиль 38.03.02.12 "Управление малым бизнесом"

Для набора 2019, 2020 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА **Инновационный менеджмент и предпринимательство**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	193	193	193	193
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	216	216	216	216

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.02.2020 протокол № 8.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Наумов С.А. _____

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор В.М. Джуха _____

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Суржиков М.А. _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели: сформировать навыки оценки экономических условий осуществления предпринимательской деятельности, навыки стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-17:способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

ПК-3:владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

приемы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, характеристики категорий «бизнес-среда организации», «внешняя среда организации», «клиентская среда организации», «конкурентная среда организации», «международная среда организации», классификацию стратегий развития организации, направленных на обеспечение конкурентоспособности, методы стратегического анализа.

Уметь:

анализировать экономические условия осуществления предпринимательской деятельности, охарактеризовать способы и специфику взаимодействия организации с ее внешним окружением, применять методы и инструменты стратегического анализа.

Владеть:

оценкой экономических условий осуществления предпринимательской деятельности, навыками работы с информационными базами, используемыми в процессе анализа бизнес-среды, методикой разработки и реализации стратегии организации.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература
	Раздел 1. «Макросреда организации»				
1.1	Тема 1.1 «Понятие «внешней среды» организации. Экономические факторы макросреды организации» Понятие «внешней среды» организации. Среда прямого и косвенного воздействия на организацию. Баланс с внешней средой. Границы организации. Экономические факторы макросреды организации. /Лек/	4	2	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2
1.2	Тема 1.1 «Понятие «внешней среды» организации. Экономические факторы макросреды организации» Понятие «внешней среды» организации. Среда прямого и косвенного воздействия на организацию. Баланс с внешней средой. Границы организации. Экономические факторы макросреды организации. Характеристика типа экономической системы. Показатели межстранового сравнения: ВВП на душу населения, ИЧР, качество жизни, уровень конкурентоспособности страны и др. Покупательская способность населения, уровень инфляции, экономический рост, твердость валюты. Индекс риска деловой среды.Доклады с презентациями по теме с использованием MS Office. /Пр/	4	2	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.2

1.3	Тема 1.2 «Политико-правовые факторы, социо-культурные факторы, технологические факторы внешней среды» Политико-правовые факторы внешней среды. Государственное регулирование экономики. Тарифные и нетарифные ограничения. Барьеры выхода компании на рынок. Правовое регулирование контрактов. Отношение к контракту. Типы правовых систем. Основные разделы права: торговое право, налоговое регулирование, трудовое законодательство, таможенное регулирование и др. /Лек/	4	2	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.2
1.4	Тема 1.2 «Политико-правовые факторы, социо-культурные факторы, технологические факторы внешней среды» Политико-правовые факторы внешней среды. Государственное регулирование экономики. Тарифные и нетарифные ограничения. Барьеры выхода компании на рынок. Правовое регулирование контрактов. Отношение к контракту. Типы правовых систем. Основные разделы права: торговое право, налоговое регулирование, трудовое законодательство, таможенное регулирование и др. Социо-культурные факторы макросреды организации. Ценности, нормы, традиции, обычаи, стереотипы, верования. Влияние религии на ведение бизнеса и покупательское поведение. Язык. Вербальные и невербальные коммуникации. Доклады с презентациями по теме с использованием MS Office. /Пр/	4	2	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.2
1.5	Тема 1.2 «Политико-правовые факторы, социо-культурные факторы, технологические факторы внешней среды» Технологические факторы макросреды. Научно-техническое развитие. Инновации. Развитие технологий. Уровень технологического развития страны. Передача технологий. «Ускоренное устаревание» товара. /Ср/	4	20	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.2
	Раздел 2. «Клиентская среда организации»				
2.1	Тема 2.1 «Понятие «клиентской среды организации». Понятие «клиента» организации. Типы клиентурных рынков. Особенности рынков b-to-c, b-to-b, b-to-g. Маркетинговая концепция управления организацией. /Лек/	4	2	ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.2	Тема 2.1 «Понятие «клиентской среды организации». Понятие «клиента» организации. Типы клиентурных рынков. Особенности рынков b-to-c, b-to-b, b-to-g. Маркетинговая концепция управления организацией. Маркетинг отношений. Управление отношениями с клиентами – технологии CRM. Целевой рынок. Сегментация рынка. Критерии сегментации рынка. /Пр/	4	4	ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.3	Тема 2.1 «Понятие «клиентской среды организации». Типологии покупателей. Потребительское поведение. Влияние социо-культурных факторов на покупательское поведение. Принятие клиентом решения о покупке. Факторы, влияющие по покупательское поведение. /Ср/	4	20	ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
2.4	Тема 2.2 «Маркетинговые инструменты воздействия на рынок» Коммуникационная политика: реклама, связи с общественностью, стимулирование продаж, личные продажи. Мерчандайзинг. Управление сбытом: каналы и стратегии сбыта. Ценовая политика компании. /Ср/	4	20	ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
	Раздел 3. «Конкурентная среда организации»				

3.1	Тема 3.1 «Конкуренция и стратегии конкуренции» Конкурентная разведка, бенчмаркинг. Виды рынков: чистая конкуренция, олигополистическая конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция. Ценовой сговор. Демпинг. Антимонопольное регулирование. Стратегии конкуренции. Лидерство в издержках, дифференциация, концентрация на сегменте. Эталонные стратегии развития бизнеса: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста и стратегии сокращения. /Ср/	4	24	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
3.2	Тема 3.2 «Управление конкурентными преимуществами» Модель 5 движущих сил конкуренции М. Портера: угроза новых игроков, рыночная власть продавца, рыночная власть покупателя, угроза товаров-субститутов, внутриотраслевая конкуренция. Цепочка ценностей. Управление конкурентными преимуществами. Конкурентные преимущества персонала, товара, организации, отрасли, страны /Ср/	4	16	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
	Раздел 4. «Организация и связи с общественностью. Международные аспекты функционирования организации»				
4.1	Тема 4.1 «Корпоративная социальная ответственность. Связи с общественностью» Этика ведения бизнеса. Морально-этические принципы. Понятие «связей с общественностью». Контактные аудитории. Отношения со СМИ, органами власти, партнерами, общественными организациями, местными общинами, широкой общественностью. PR-акции. Поведение организации в условиях кризиса. Антикризисные программы и мероприятия. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Спонсорская деятельность. /Ср/	4	17	ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.2
4.2	Тема 4.2 «Имидж и репутация организации. Стратегическое видение» Корпоративная аудитория: нормативные группы (акционеры, регулирующие органы, органы власти); диффузные группы (СМИ, местная общественность), функциональные группы (сотрудники, поставщики, посредники, профсоюзы), группы потребителей. Ошибки формирования имиджа компании. Миссия фирмы. Философия бизнеса. Стратегическое видение. Корпоративный бренд. Корпоративная культура. Ценности и нормы, регулирующие поведение сотрудников. Кодекс корпоративного поведения. /Ср/	4	20	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.2
4.3	Тема 4.3 «Международный бизнес. Глобализация» Стратегии стандартизации и адаптации деятельности. Стратегии выхода на внешние рынки. Экспортные стратегии. Лицензирование. Франчайзинг. Производство по контракту. Прямое инвестирование. Дочерние компании, филиалы и представительства. Принципы размещения производства, международное разделение труда. Специфика управления международными компаниями. Страновые особенности ведения бизнеса. Деловые культуры мира. Типологии деловых культур: модель Р. Льюиса, Г. Хофштеде, Ф. Тромпенаарса – Ч. Хампден-Тернера. «Западная» и «восточная» модели менеджмента. Американская деловая культура. «Европейская» деловая культура. «Восточные» деловые культуры. Российская деловая культура. /Ср/	4	20	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
4.4	Контрольная работа. Перечень заданий для контрольной работы представлен в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины. /Ср/	4	36	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2
4.5	/Экзамен/	4	9	ПК-3 ПК-17	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.3 Л2.2 Л2.1

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Сотов С. С.	Стратегическое планирование	Москва: Лаборатория книги, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88667 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Ополченова, Е. В.	Современный стратегический анализ: учебное пособие	Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016	http://www.iprbookshop.ru/51871.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Новашина Т. С.	Современная конкуренция: журнал	Москва: Синергия ПРЕСС, 2009	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=120355 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Толикова, Е. Э.	Современный стратегический анализ: практикум	Москва: Российская таможенная академия, 2018	http://www.iprbookshop.ru/93215.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Никифорова, Л. Е., Цуриков, С. В., Разомасова, Е. А.	Современный стратегический анализ: концепции, модели, инструменты: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2017	http://www.iprbookshop.ru/87162.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Сбоева, И. А.	Современный стратегический анализ: методические указания к выполнению расчетно-графической работы	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015	http://www.iprbookshop.ru/75442.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Консультант +

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» http://ecsocman.hse.ru

База данных «Макроэкономика» - информационно-аналитический раздел официального сайта Министерства финансов РФ http://info.minfin.ru/prices_index.php

Research Papers in Economics https://edirc.repec.org/data/derasru.html

5.4. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

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

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК – 3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности			
З классификацию стратегий развития организации, направленных на обеспечение конкурентоспособности, методы стратегического анализа	осуществление поиска и сбора необходимой литературы, использование различных баз данных, современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов, проведение сбора и обработки данных, необходимых для подготовки к опросу, выполнения контрольных заданий	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет, правильность выполнения контрольных заданий	О- опрос (Раздел 1 вопросы 1-5; Раздел 2 вопросы 1-3) ДП- доклады с презентациями (1-15) Э – вопросы к экзамену (1-40)
У применять методы и инструменты стратегического анализа	выявление проблемы, анализ и использование различных источников информации для проведения расчетов показателей, характеризующих состояние бизнес-среды;	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою	ЭС- эссе (4, 5, 7) ИЗ- индивидуальное задание (1, 2, 3) КР - контрольная работа (1-4) ЗЭ - Задачи к экзамену (1-12)

	применение методов, способов анализа информационного материала их соответствующих источников, характеризующих бизнес-среду	позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет, правильность выполнения контрольных заданий	
В навыками работы с информационными базами, используемыми в процессе анализа бизнес-среды, методикой разработки и реализации стратегии организации	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствие с проблемой исследования; проведение анализа бизнес-среды с помощью методов стратегического анализа и разработка бизнес-стратегии	способность оценивать влияние отраслевой структуры на поведение фирм; оценивать влияние поведения фирм на структуру отраслевого рынка	О- опрос (Раздел 1 вопросы 1-5; Раздел 2 вопросы 1-3) ЭС- эссе (1, 2, 3) ИЗ- индивидуальное задание (1, 2, 3) КР- контрольная работа (1-4) ЗЭ - Задачи к экзамену (1-12)
ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели			
З приемы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, характеристики категорий «бизнес-среда организации», «внешняя среда организации», «клиентская среда организации», «конкурентная среда организации»,	осуществление поиска и сбора необходимой литературы, использование различных баз данных, современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов, проведение сбора и обработки данных, необходимых для подготовки к	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям;	О-опрос (Раздел 3 вопросы 1-4; Раздел 4 вопросы 1-7) ДП- доклады с презентациями (16-30) Э – вопросы к экзамену (41-75)

«международная среда организации»	опросу, выполнения контрольных заданий	соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет, правильность выполнения контрольных заданий	
У анализировать экономические условия осуществления предпринимательской деятельности, охарактеризовать способы и специфику взаимодействия организации с ее внешним окружением	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов; сбор и анализ информации об основных параметрах бизнес-среды; расчет показателей конкурентной позиции организации на рынке; анализ государственной экономической политики и ее влияния на возможность осуществления предпринимательской деятельности	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах на вопросы к опросу информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет, правильность выполнения контрольных заданий	О-опрос (Раздел 3 вопросы 1-4; Раздел 4 вопросы 1-8) индивидуальное задание (4,5, 6) КР- контрольная работа (5-10) ЗЭ - Задачи к экзамену (13-25)
В оценкой экономических условий осуществления предпринимательской деятельности	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствии с проблемой исследования; оценка динамики изменения	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение	ЭС-эссе (4,5,6, 7) ИЗ-индивидуальное задание (4,5, 6,7,8) КР- контрольная

	бизнес-среды	приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	работа (5-10) ЗЭ - Задачи к экзамену (13-25)

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

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

Вопросы к экзамену

1. Сущность рынка и рыночной среды.
2. Функции рыночной среды.
3. Понятие внешней среды организации.
4. Характеристики внешней среды.
5. Экономические факторы макросреды организации.
6. Политико-правовая среда организации.
7. Социально-культурное окружение компании.
8. Технологические факторы внешней среды.
9. Глобализация бизнеса и интернационализация экономики.

10. Маркетинговая концепция управления организацией.
11. Клиентская среда организации. Сегментация рынка.
12. Технологии CRM и TRP в управлении клиентской средой.
13. Общество потребления: сущность, генезис, характерные черты
14. Потребительское поведение. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке.
15. Принятие решения о покупке корпоративными клиентами.
16. Комплекс маркетинга: товарная и ценовая политика.
17. Комплекс маркетинга: коммуникационная и сбытовая политика.
18. Понятие «конкурента». Виды конкуренции.
19. Конкурентные стратегии.
20. Модель 5 движущих сил конкуренции М. Портера.
21. Корпоративная социальная ответственность.
22. Связи с общественностью. Внутренние и внешние контактные аудитории.
23. Формирование имиджа и репутации организации.
24. Корпоративная культура. Управление корпоративной культурой.
25. Кодекс корпоративного поведения как элемент бизнес-среды.
26. Миссия фирмы. Философия бизнеса. Стратегическое видение.
27. Управление международными компаниями. Модели менеджмента.
28. Стратегии выхода на зарубежные рынки.
29. Деловые культуры мира. Типологии культур.
30. Функционирование организаций в условиях глобальной конкуренции.
31. Особенности стратегического управления. Поведенческие стили в управлении организацией.
32. Сущность стратегического менеджмента
33. Формирование видения. Миссия организации.
34. Цели организации. Управление по целям.
35. Стратегия как способ организационного развития. Виды стратегий. Факторы, определяющие стратегию компании.
36. Процесс стратегического управления
37. Задачи стратегического управления. Преимущества стратегического подхода к управлению организацией
38. Основные составляющие и типы внешнего окружения организации.
39. Анализ среды ближнего окружения.
40. Анализ среды дальнего окружения.
41. Анализ отрасли народного хозяйства. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе
42. Сущность анализа внутренней среды организации. Понятие конкурентных преимуществ.
43. Основные функциональные зоны управленческого обследования. Анализ проблем организации

44. Стратегический стоимостной анализ.
45. Оценка конкурентоспособности организации.
46. Концепция конкуренции М. Портера. Основные направления достижения конкурентных преимуществ.
47. Общие стратегии конкуренции. Стратегия минимизации издержек
48. Общие стратегии конкуренции. Стратегия дифференциации
49. Общие стратегии конкуренции. Стратегия фокусирования
50. Эталонные корпоративные стратегии. Стратегия концентрированного роста
51. Эталонные корпоративные стратегии. Стратегия интегрированного роста
52. Эталонные корпоративные стратегии. Стратегия сокращения
53. Сущность диверсификации. Факторы, вызывающие необходимость диверсификации
54. Горизонтальная и вертикальная диверсификация. Базовые стратегии диверсификации
55. Управление диверсифицированными предприятиями.
56. Задачи и основные этапы проведения портфельного анализа
57. БКГ-анализ.
58. Матрица McKincey-General Elektric.
59. Базисные стратегии бизнеса их экономическое содержание.
60. Определение конкурентных преимуществ предприятия.
61. Сущность и классификация конкурентных стратегий организаций.
62. Модель жизненного цикла отрасли. Конкуренция в новых отраслях. Стратегии предприятий зрелых отраслей
63. Отрасли, переживающие спад. Стратегии в раздробленных отраслях.
64. Стратегии на международных рынках.
65. Принципы стратегического планирования.
66. Методика стратегического планирования
67. Информация и инструменты стратегического планирования
68. Ключевые задачи реализации стратегии. Управление изменениями. Сопротивление изменениям.
69. Управление изменениями. Факторы выбора организационной структуры, процесс выбора организационной структуры
70. Управление изменениями. Типы организационных структур и их особенности
71. Выполнение стратегии: бюджеты, тактики, политики.
72. Выполнение стратегии: процедуры, правила, поддерживающие системы.
73. Выполнение стратегии: корпоративная культура.
74. Разработка систем материального поощрения, поддерживающих стратегию.

75. Контроль и оценка реализации стратегии.

Задачи к экзамену

Задача 1. Средний темп инфляции за два года составил 12 %. Определите, насколько обесценились 20000 руб., положенные в банк под 9 % годовых (по сложной ставке наращения).

Задача 2. Предприятие может инвестировать в осуществление инновационных проектов до 55 млн. руб. Разработано четыре инновационных проекта: А, Б, В, Г. Выберите наиболее эффективное сочетание из них при следующих исходных данных (норма дисконта составляет 10 %):

Проект	*Сумма инвестиций, млн. р.*	*Притоки*			
		1-й год	*2-й год*	*3-й год*	*4-й год*
А	30	6	11	13	12
Б	20	4	8	12	5
В	40	12	15	15	15
Г	15	4	5	6	6

Задача 3. Для реализации инновационного проекта необходимо обеспечение нового производственного процесса сырьем, электроэнергией и комплектующими. Надежность поставщика сырья (вероятность своевременной поставки качественного сырья) оценивается в 95 %, поставщика комплектующих – 90 %. Надежность работы электростанции – 97 %.

Все риски проявляется в области материально-технического снабжения инновационного проекта. Какова общая степень риска?

Задача 4. Опишите процессы динамического прогнозирования инновационного развития Задача Инновационный проект реализуется в три этапа. Вероятность прекращения проекта на 1-м этапе – 0,5, на 2-м – 0,3, на 3-м – 0,1. Потери на 1-м этапе составят 200 тыс.р., на 2-м – 400 тыс.р., на 3-м – 300 тыс.р. Какова степень риска и мера риска всего проекта?

Задача 5. Ссуда 25000 руб. выдана на срок 0,7 года под простые проценты (18 % годовых). Определить проценты и наращенную сумму.

Задача 6. Какой величины достигнет долг, равный 6000 руб., через четыре года при росте по сложной ставке наращения 18,5 % годовых? Найдите значение дисконта.

Задача 7. Какой величины достигнет долг, равный 15000 руб., через 2 года при росте по сложной ставке 10 % годовых при начислении процентов раз в году и ежеквартально? Определите значение дисконта для обоих случаев.

Задача 8.Через 159 дней должник уплатит 8,5 тыс. руб. Кредит выдан под простые проценты 19 % годовых. Какова первоначальная сумма долга и дисконт при условии, что временная база равна 360 дней?

Задача 9. Через два года инвестор получит 1440 млн. руб. Определить современную стоимость этого платежа и дисконт при ставке дисконтирования 20% годовых (по сложной ставке наращения).

Задача 10. В финансирование инновационного проекта инвестор вложил 10 млн. руб., через два года он получит 14,4 млн. руб. Определить доходность инвестиций в виде годовой ставки сложных процентов.

Задача 11. Простая процентная ставка депозита равна 20 % годовых, срок депозита - 0,5 года. Определить доходность финансовой операции в виде сложной годовой процентной ставки.

Задача 12. Месячный темп инфляции составляет: а)$H_{1-12} = 4\ \%$; б)$H_1 = 4\ \%$, $H_2 = 3\ \%$, $H_3 = 2\ \%$. Для случаев а) и б) найти индекс цен и темп инфляции за 12 и 3 месяца соответственно, а также определить обесцененную наращенную сумму, если на сумму 10000 руб. в течение указанных сроков начислялась простая процентная ставка 50 % годовых (К = 360). Определить ставку, при которой наращение равно потерям из-за инфляции.

Задача 13. В результате осуществления инновационного проекта объем выручки от реализации (без НДС) составил 35,48 млн. р. Себестоимость реализованной продукции – 31,22 млн. р., в том числе совокупные переменные затраты – 23,41 млн. р. Определить устойчивость проекта методом определения границ безубыточности.

Задача 14. Проект осуществляют два участника. Оцените эффективность каждого из них, выявите наиболее эффективного.

Показатели	Период						
	1	2	3	4	5	6	7
Первый участник							
Результат, млн. р.	1	1,5	2	2,5	2	2	1
Затраты текущие, млн. р.	1	0,5	0,5	0,5	0,4	0.3	0,25
Кап.вложения, млн. р.	1	0,8	0,3	-	-	-	-
Норма дисконта, %	10	9	9	8	8	7	7
Второй участник							
Результат, млн. р.	1,5	2,5	3	3,5	3	2	1
Затраты текущие, млн. р.	1	0,5	0.5	0,5	0,4	0,3	0,25
Кап.вложения, млн. р.	2	1,2	0,7	0,5	0,2	-	-
Норма дисконта, %	10	9	9	8	8	7	7

Задача 15. Ряд экономистов считает, что инновационная экономика - это не что иное, как национальная реакция государства и населения на значительные ограничения, возникающие на пути экономического роста (например, увеличение или снижение цен на нефть и другие энергоносители), или на изменения «правил игры» на мировом рынке (установление повышенных таможенных тарифов, квот и т.д.). Вопрос: Как вы думаете, насколько это утверждение верно? Приведите примеры и обоснуйте свой ответ.

Задача 16. Затраты на НИОКР в предыдущем периоде в ООО «МенСтрой» составляли 3,4 млн. руб. Принимая данную цифру за базу для формирования нового бюджета, определите сумму расходов на НИОКР, если инфляция прогнозируется в размере 12% в год, а в будущем периоде планируется закупка нового оборудования в размере 380 тыс. руб.

Задача 17. Рассчитайте необходимое количество рабочих мест контролеров-кассиров для проектируемого магазина «Универмаг» с торговой площадью 1200 кв. м на основании следующих данных:

- площадь торгового зала, приходящаяся на одного покупателя согласно СНиП – 2,5 кв. м;
- среднее время расчета с одним покупателем – 40 сек.;
- коэффициент использования рабочего времени кассира – 0,9.

Задача 18. Определить оптимальные параметры поставок материалов (сырья) одного вида (оптимальный размер одной поставки, средний текущий запас, точку заказа, интервал между поставками, число поставок, минимальные годовые затраты) при соблюдении сроков поставки по исходным данным. Сделать выводы.

Исходные данные:

1. Годовая потребность в материалах = 1200 шт.
2. Стоимость хранения единицы материала в месяц = 280 ден. ед.
3. Стоимость заказа и доставки одной партии, в т.ч. НДС = 420 ден. ед.
4. Время доставки материала от поставщика = 25 дней.

Задача 18. Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.

Задача 19. Выберите для внедрения систему распределения из трех предлагаемых, если для каждой из систем известны значения по следующим параметрам:

Показатель	Система 1	Система 2	Система 3
Годовые эксплуатационные затраты, у.е.	7050	9020	6100
Годовые транспортные затраты, у.е.	3500	4850	7040
Единовременные затраты, у.е.	50000	60000	40000
Срок окупаемости системы, лет	5,2	5,5	4,9

Задача 20. Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.

Задача 21. Для повышения эффективности работы и конкурентоспособности предприятия руководство кондитерского магазина «София» приняло решение о проведении маркетингового исследования. Цель исследования: выявить предпочтения покупателей по группе конфет, глазированных шоколадной глазурью.

Задача 22. Построить графики движения партии деталей и рассчитать длительность технологического цикла по всем видам движения, если известно, что партия деталей состоит из 3 шт., технологический процесс обработки включает 5операций, длительность которых соответственно составляет: t1=2, t2=1,t3=3, t4=2, t5=2,5ч. Размер транспортной партии равен 1 шт. Каждая операция выполняется на одном станке.

Задача 23. Определить длительность производственного и технологического циклов обработки партии деталей при разных видах движений, построить графики процесса обработки партии деталей при следующих исходных данных: величина партии деталей n=12 шт, величина транспортной партии p=6 шт, среднее межоперационное время tмо = 2 мин, режим работы – двухсменный, длительность рабочей смены tсм = 8ч, длительность естественных процессов te = 35 мин, технологический процесс обработки представлен в таблице.

Технологический процесс обработки деталей

Номер операции	Операция	Кол-во единиц оборудования(Спрi), шт.	Норма времени(ti), мин
1	Токарная	1	4,0
2	Фрезерная	1	1,5
3	Шлифовальная	2	6,0

Задача 24. На основе исходных данных (таблица1.2, колонки 1-4) рассчитать трудоемкость технологии выработки и реализации управленческого решения при обработке информации на компьютере, определить количество единиц высислительной техники, длительность выполнения каждой операции, время обработки информации, длительность технологического цикла при использовании параллельно- последовательного вида движений предметов труда, построить график процесса обработки информации при параллельно – последовательном виде движений. Режим работы объекта -двухсменный. Эффективный фонд рабочего времени в одну смену- 7,3 ч. Коэффициент выполнения норм времени-Кв=1,1.

Задача 25. Количество деталей в партии 12 шт. Вид движения партии деталей – последовательный. Технологический процесс обработки деталей состоит из 6 операций, длительность обработки на каждой операции соответственно равна: t1=4, t2=6, t3=6, t4=2, t5=5, t6=3 минуты. каждая операция выполняется на одном станке. Определить как измениться продолжительность технологического цикла, если последовательный процесс обработки заменить на параллельно-последовательный. Размер транспортной партии принять равным 1.

Критерии оценивания:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание

раскрыто полно, профессионально, грамотно. Ответ показывает, что студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; показал всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечал на вопрос билета, правильно решил задачу;

- оценка хорошо» (67-83 баллов) выставляется, если изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Ответ показывает, что студент показал полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечал на вопрос билета и не допускал при этом существенных неточностей; показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности, правильно решил задачу;
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допустившему неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;
- оценка неудовлетворительно» (0-49 баллов) выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; давшему ответ, который не соответствует вопросу экзаменационного билета.

Вопросы для опроса

Раздел 1 «Макросреда организации»

1. Внешняя среда организации. Структура внешней среды.
2. Экономическая среда организации.
3. Политико-правовая среда организации.
4. Социо-культурное окружение организации.
5. Технологическое развитие организации.

Раздел 2 «Клиентская среда организации»

1. Маркетинговая концепция управления организацией. Типы клиентурных рынков.
2. Сегментация рынка. Потребительское поведение. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке.

3. Комплекс маркетинга (4P): product, promotion, price, place.

Раздел 3 « Конкурентная среда организации»

1. Конкуренция. Виды конкуренции. Конкурентные рынки. Анализ конкурентов.
2. Конкурентные стратегии.
3. Модель 5 движущих сил конкуренции М. Портера.
4. Управление конкурентными преимуществами.

Раздел 4 « Организация и связи с общественностью. Международные аспекты функционирования организации»

1. Корпоративная социальная ответственность. Направления реализации корпоративной социальной ответственности.
2. Понятие «связей с общественностью». Контактные аудитории.
3. Формирование имиджа и репутации организации. Ошибки формирования имиджа компании.
4. Корпоративная культура. Уровни корпоративной культуры. Кодексы корпоративного поведения.
5. Особенности международного бизнеса. Глобальные и мультинациональные компании. Причины выхода на внешний рынок.
6. Стратегии выхода на зарубежные рынки.
7. Специфика управления международными компаниями. Модели менеджмента.
8. Деловые культуры мира. Типологии культур. Деловые культуры США, стран Европы, азиатских стран, арабских государств. Специфика российской деловой культуры.

Критерии оценки:

- 10 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- 6 баллов выставляется, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 2 балла выставляется, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0 баллов выставляется, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Каждому студенту предоставлена возможность ответа по каждому из четырех разделов, что дает возможность заработать по данному виду оценочных средств суммарно ***40 баллов***.

Темы эссе

1. Глобализация бизнеса и ее последствия.
2. Внешняя среда ВУЗа (на примере факультета Менеджмента и предпринимательства РГЭУ (РИНХ) или РГЭУ (РИНХ) в целом).
3. Общество потребления: что это такое?
4. Корпоративная социальная ответственность: миф или реальность?
5. Кодекс корпоративного поведения: необходимость или мода?
6. Российская деловая культура.
7. Особенности межкультурного взаимодействия в международном бизнесе.

Пояснения: В течение учебного семестра (курса) студент выполняет пишет одно эссе. Тема эссе выбирается студентом из представленного списка и согласовывается с преподавателем.

Критерии оценки:

- 20-16 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- 15-11 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 10-1 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Темы индивидуальных заданий

Индивидуальные задания:

1. Провести анализ внешней среды организации (организация – по выбору студента). Проанализировать влияние на деятельность изучаемой организации экономических факторов, политико-правовых, социально-культурных и технологических факторов. Результаты представить в устном и письменном виде, сделать доклад с использованием презентации в PowerPoint.
2. Провести анализ клиентской среды организации (организация – по выбору студента).

3. Выполнить проект (с презентацией): «Особенности комплекса маркетинга (4Р) компании N».
4. Провести анализ конкурентной среды организации по модели М. Портера (пять движущих сил конкуренции, конкурентные стратегии, цепочка ценностей).
5. Проанализировав официальные сайты 5 крупных российских или зарубежных компаний, найти информацию о ценностях компании, миссии, базовых принципах ведения бизнеса, о социальной ответственности компании.
6. Проанализировать кодексы корпоративного поведения 3 компаний разного типа. Необходимо проанализировать структуру кодекса, найти информацию о ценностях и нормах организации, о направлениях реализации корпоративной ответственности.
7. Найти и проанализировать наиболее «громкие» PR-акции российских и иностранных компаний.
8. Выполнить проект (с презентацией): «Специфика ведения бизнеса в стране N».

Пояснения: В течение учебного семестра (курса) студент выполняет одно индивидуальное задание. Тема индивидуального задания выбирается студентом из представленного списка и согласовывается с преподавателем.

Критерии оценки:

- 20-16 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- 15-11 баллов выставляется, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 10-1 баллов выставляется, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Темы контрольных работ

Вариант 1. Рассмотрите факторы инновационной активности малых предприятий. На примере известного вам малого предприятия проанализируйте факторы его инновационной активности. Как они изменились за последние несколько лет? Отразите динамику этих факторов.

Вариант 2. Раскройте содержание основных типов инновационных стратегий малого предприятия. Приведите примеры малых предприятий, использующих данные стратегии. Обоснуйте их.

Вариант 3. Мебельная фабрика решила приобрести дочернее предприятие, специализирующееся на производстве бытовой техники (холодильники, стиральные машины и др.), которое пользуется высокой репутацией, но испытывает финансовые трудности. Дайте ответы на следующие вопросы и обоснуйте их:

1) В чем, по-вашему, причина такого решения?
2) Какие формы и методы стимулирования спроса могла бы использовать фирма, чтобы выстоять в конкурентной борьбе с основными производителями бытовой техники
3) Сформируйте набор услуг, которые могла бы оказать фирма, и оцените их важность для потребителя.

Вариант 4. Провести анализ внешней среды организации (организация – по выбору студента). Проанализировать влияние на деятельность изучаемой организации экономических факторов, политико-правовых, социально-культурных и технологических факторов. Результаты представить в устном и письменном виде, сделать доклад с использованием презентации в PowerPoint.

Вариант 5.Провести анализ клиентской среды организации (организация – по выбору студента).

Вариант 6.Выполнить проект (с презентацией): «Особенности комплекса маркетинга (4Р) компании N».

Вариант 7.Провести анализ конкурентной среды организации по модели М. Портера (пять движущих сил конкуренции, конкурентные стратегии, цепочка ценностей).

Вариант 8.Проанализировав официальные сайты 5 крупных российских или зарубежных компаний, найти информацию о ценностях компании, миссии, базовых принципах ведения бизнеса, о социальной ответственности компании.

Вариант 9.Проанализировать кодексы корпоративного поведения 3 компаний разного типа. Необходимо проанализировать структуру кодекса, найти информацию о ценностях и нормах организации, о направлениях реализации корпоративной ответственности.

Вариант 10.Найти и проанализировать наиболее «громкие» PR-акции российских и иностранных компаний.

Примечания:

Вариант контрольной работы студент определяет по последней цифре в зачетной книжке:

1- 1 вариант;
2- 2 вариант;
3- 3 вариант;
4- 4 вариант;
5- 5 вариант;
6- 6 вариант;

7- 7 вариант;
8- 8 вариант;
9- 9 вариант;
0- 10 вариант.

Критерии оценки:

• 50-100 баллов (зачет) выставляется студенту, если он исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно обосновывает решение, свободно справляется с задачами, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

• 0-49 баллов (незачет) выставляется студенту, который допускает существенные ошибки, неверное решение задачи, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Темы докладов с презентациями

1. Особенности организации публичных и непубличных акционерных обществ.
2. Механизм образования предприятий малого бизнеса.
3. Особенности деятельности малых предприятий и тенденции их развития.
4. Эффективность производственной деятельности предприятий малого бизнеса.
5. Создание и организация работы совместного предприятия.
6. Финансово-промышленные группы, принципы организации и механизм функционирования.
7. Холдинговые компании и их роль в рыночной экономике.
8. Планирование организационного и технического развития предприятия.
9. Нормативная база планирования на предприятии.
10. Оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции.
11. Ценовая политика предприятия.
12. Определение перспективных цен на продукцию малой фирмы.
13. Обеспечение финансовой устойчивости малой фирмы.
14. Управление уровнем затрат на продукцию малой фирмы.
15. Калькулирование себестоимости в условиях рынка. Управление затратами.
16. Издержки производства и их формирование в условиях рыночных отношений.
17. Пути снижения ресурсоемкости продукции малой фирмы.
18. Пути и резервы снижения себестоимости продукции малой фирмы.
19. Материальные затраты на производство продукции и пути их сокращения.
20. Основные направления экономии материальных ресурсов и снижения материалоемкости продукции.
21. Формирование себестоимости продукции малой фирмы.

22.Экономическая оценка использования отходов в производстве продукции в современных условиях.
23.Резервы роста рентабельности производства малой фирмы.
24.Прибыль и рентабельность предприятия, пути их повышения.
25.Совершенствование механизма формирования и распределения прибыли малой фирмы.
26.Управление прибылью малой фирмы.
27.Анализ взаимосвязи объема производства, издержек и прибыли.
28.Пути и резервы повышения производительности труда.
29.Кадровый и производственно-технологический потенциал малого предприятия.
30.Организация оплаты труда на малом предприятии.

Критерии оценки:

10 баллов выставляется обучающемуся за 1 доклад с презентацией, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, готовит по теме доклада мультимедийную презентацию;

8 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса, подготовил по теме доклада мультимедийную презентацию;

5 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

В течение учебного семестра (курса) студент готовит два доклада с презентациями, что дает ему возможность заработать по данному виду оценочных средств в сумме 20 баллов.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена и сдачи контрольной работы.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 4, из которых 3 теоретических вопроса из вопросов к экзамену и 1 задача из экзаменационных задач. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются различные теоретические вопросы и даются практические рекомендации по овладению навыками диагностики внешней и внутренней среды организации; технологиями и методами воздействия на клиентскую и конкурентную среду, методикой разработки бизнес-стратегий, а также даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки диагностики бизнес-среды организации, разработки бизнес-стратегий.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

– изучить рекомендованную учебную литературу;

– изучить конспекты лекций;

– подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности:

- интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания по написанию эссе.

Требования, предъявляемые к эссе:

1. Объем эссе не должен превышать 5-8 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14 (TimesNewRoman), с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.

2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.

3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи.

4. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

5. Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль.

6. Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

7. Эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Структура эссе.

Эссе состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении выделяют главную проблему, которую нужно раскрыть, и решить, каким образом эта проблема будет проанализирована.

В основной части целесообразно выстраивать систему аргументации на основе глубокой проработки темы и доказательств, обосновывающих высказанные утверждения. Следует выдвигать новые идеи по одной, в логической последовательности, которая даст возможность читателю проследить направление рассуждений. Эссе считается малой формой письменных работ, поэтому не принято делить основную часть на отдельные главы. Вместе с тем для удобства изложения и ясности логики аргументации основное содержание подразделяется абзацы.

В заключении дается обобщение выдвинутых идей и освещаются ключевые моменты главной части работы. Как правило, заключение составляется в соответствии с названием работы. Также здесь можно указать направления дальнейшего исследования и изучения данной темы.