Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

# Кафедра менеджмента

*А.В. Курлыкова*

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения

высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет» в качестве методических указаний для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования

по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент

Оренбург

2014

УДК 338.24 (076)

ББК 65.291.213 я 7

 К 93

## Рецензент – доцент, кандидат экономических наук Г.С. Сеялова

**Курлыкова, А.В.**

К93

Стратегический менеджмент: методические указания к выполнению курсовой работы / А.В. Курлыкова; Оренбургский гос. ун-т.– Оренбург: ОГУ, 2014. - 62 с.

Методические указания предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине «Стратегический менеджмент» в шестом семестре студентами очной формы обучения по направлению подготовки 080200.62-Менеджмент. В методических указаниях приведены основные требования, предъявляемые к содержанию и оформлению курсовой работы, предусмотренной учебным планом по данной дисциплине в соответствии с рабочей программой.

УДК 338.24 (076)

ББК 65.291.213 я 7

 К 93

© Курлыкова А.В., 2014 © ОГУ, 2014

# Содержание

|  |  |
| --- | --- |
| Введение ............................................................................................................... | 4 |
| 1 Общие положения ………................................................................................. | 5 |
| 2 Требования к оформлению курсовой работы .................................................. | 9 |
| 3 Порядок выполнения и представления на защиту курсовой работы…… | 13 |
| 4 Порядок защиты курсовой работы………………………………………… | 15 |
| 5 Основные требования к презентации курсовой работы…………………. | 16 |
| 5.1 Требования к содержанию презентации….……………………………… | 16 |
| 5.2 Требования к оформлению презентации………………………………… | 16 |
| 6 Примерная тематика курсовых работ………………………………………… | 18 |
| 7 Структура и содержание курсовой работы ..................................................... | 20 |
| 8 Примерное содержание курсовых работ по предложенным темам……… | 28 |
| 9 Краткое описание используемых методов, терминов и подходов по предложенным темам……….………………………………………………....... | 42 |
| 10 Обеспечение конфиденциальности материала…………………………… | 51 |
| 11 Литература, рекомендуемая для выполнения курсовой работы………… | 54 |
| 11.1 Основная литература………………………..…………………………… | 54 |
| 11.2 Дополнительная литература……………………..…………………….…. | 55 |
| 11.3 Периодические издания…………………………………………………. | 57 |
| 11.4 Интернет-ресурсы……………………………………….……………….. | 57 |
| Приложение А Бланк рецензии на курсовую работу**…………………..**……… | 58 |
| Приложение Б Пример оформления титульного листа курсовой работы…… | 59 |
| Приложение В Пример оформления бланка задания на курсовую работу… | 60 |
| Приложение Г Пример оформления аннотации к курсовой работе…………. | 61 |
| Приложение Д Пример оформления содержания курсовой работы……….. | 62 |
|  |  |

**Введение**

В соответствии с учебным планом подготовки по дисциплине «Стратегический менеджмент» по направлению подготовки 080200.62-Менеджмент очной формы обучения предусматривается выполнение курсовой работы в шестом семестре. Задания для выполнения курсовых работ составлены на основе рабочей программы по данной дисциплине с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование студента по определенной теме, которое завершает изучение конкретной учебной дисциплины и посвящено одной из актуальных проблем. В процессе выполнения курсовой работы у студента должны быть сформированы общекультурные и профессиональные компетенции в соответствии с направлением 080200.62-Менеджмент, а также умения и навыки в соответствии с рабочей программой по дисциплине «Стратегический менеджмент».

**1 Общие положения**

Курсовая работа по дисциплине «Стратегический менеджмент» выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины в 6 семестре, способствует формированию навыков самостоятельной исследовательской работы студента, практического использования методов стратегического, конкурентного и портфельного анализа, изученных на лекционных и семинарских занятиях, а также способствует освоению навыков по разработке конкурентных, корпоративных и функциональных стратегий и принятия стратегических решений для формулировки обоснованных рекомендаций по исследуемой проблеме.

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

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

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

Курсовая работа выполняется и защищается в сроки, определенные учебным графиком. Курсовая работа должна быть представлена в готовом виде не позднее, чем за две недели до начала зачетной недели. На готовую работу руководитель предоставляет рецензию (Приложение А), в которой отмечает достоинства и недостатки работы, ставит предварительную оценку. В случае, если работа не соответствует основным требованиям, преподаватель отправляет работу на доработку. Окончательная оценка выставляется преподавателем по итогам защиты студентом курсовой работы.

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

Студент в процессе освоения и развития темы курсовой работы должен овладеть следующими умениями и навыками:

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

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

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

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

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

е) оформлять список используемых источников с соответствии с требованиями библиографии.

Процесс выполнения курсовой работы направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ООП ВПО по данному направлению подготовки:

а) общекультурных (ОК):

- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);

- стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);

- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);

- пониманием роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (ОК-16);

- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);

- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);

- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);

- способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20).

б) профессиональных (ПК):

- способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);

- способностью эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);

- владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);

- способностью к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);

- способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);

- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);

- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);

- способностью участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);

- готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);

- способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);

- готовностью участвовать в реализации программы организационных изменений, способностью преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);

- владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);

- знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);

- умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);

- умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);

- умением проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);

- способностью оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; иметь навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способностью принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);

- умением находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);

- способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

**2 Требования к оформлению курсовой работы**

Курсовая работа должна быть набрана и оформлена на компьютере в текстовом редакторе MicrosoftWord. Тип шрифта: TimesNewRomanCyr, шрифт основного текста – обычный, размер 14 пт.

Шрифт заголовков разделов, структурных элементов «Аннотация», «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников», «Приложение» – полужирный, размер 16 пт. Шрифт заголовков подразделов – полужирный, размер 14 пт.

При оформлении заголовков необходимо соблюдать следующие требования:

– расстояние между заголовком и текстом должно быть равно удвоенному межстрочному расстоянию;

– расстояние между заголовками раздела и подраздела должно быть равно одному межстрочному расстоянию.

Межсимвольный интервал – обычный. Выравнивание текста по ширине. Междустрочный интервал – одинарный или полуторный.

Все страницы должны быть пронумерованы в нижней части листа в центре. Рекомендуемый объем 35-40 стандартных (формат А4) страниц с приложениями.

Обязательные поля:

а) левое – не менее 30 мм;

б) правое – не менее 10 мм;

в) верхнее и нижнее – не менее 20 мм.

Абзацный отступ (красная строка) одинаковый по всему тексту работ и соответствует 15 мм.

Опечатки, описки и графические неточности допускается исправлять подчисткой или закрашиванием с помощью корректора и нанесением на том же месте исправленного текста.

Ссылки в тексте на используемые источники приводят в квадратных скобках.

Пример – [5], [7, 8, 9], [8-13, 44-56].

В тексте курсовой работы могут быть приведены перечисления. Перечисления выделяют в тексте абзацным отступом, который используют только в первой строке. Перед каждой позицией перечисления ставят дефис.

В случае нумерованных списков после арабских цифр точка не ставится, либо можно поставить скобку.

Номера таблиц, рисунков, включенных в работу, могут иметь двойной счет: первая цифра свидетельствует о номере раздела, вторая показывает порядковый номер таблицы или рисунка в этом разделе. Также допускается сквозная нумерация таблиц и рисунков арабскими цифрами в пределах всего текста.

В работе должны быть использованы таблицы, которые позволяют упростить и структурировать текстовый материал, сгруппировать различные показатели по общему признаку, улучшают наглядность, а также обеспечивают возможность для сравнения числовых значений показателей (выручка, рентабельность и т.п.).

Наименование таблиц записывают с прописной буквы над таблицей после ее номера, отделяя от него тире, точку после наименования таблицы не ставят.

Горизонтальные линии, разграничивающие строки таблицы, можно не проводить, если их отсутствие не снижает наглядность таблицы. Пример оформления и переноса таблицы приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение концепций стратегического и оперативного управления

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерии | Оперативное управление | Стратегическоеуправление |
| 1 | 2 | 3 |
| Пред­назначениеор­ганизации | Организация существует для производства товаров и услуг с целью получения дохода от их реализации | Выживание организации в долгосрочной перспекти­ве посредством установле­ния динамического балан­са во взаимоотношениях с окружением |
| Направленность внимания менеджмента | Взгляд внутрь организа­ции, поиск путей эффективного использо­вания ресурсов | Взгляд вовне, поиск новых возмож­ностей в конкурентной борьбе, отслеживание и адаптация к изменениям во внешнем окружении |

Продолжение таблицы 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| Время действия | Ориентация на кратко­ и среднесрочную перспективу | Ориентация на долгосроч­ную перспективу |
| Управление персоналом | Работники – основной ресурс, исполни­тели отдельных функций и работ | Работники – основа организации, главная ценность, источ­ник благополучия |
| Критерийэффек­тивности | Прибыль­ность и рациональность использования производ­ственного потенциала  | Своевре­менность и точность реагирования на новые запросы со стороны рынка и адаптивность к изменениям окружаю­щей среды |

Разрывы таблиц допускаются, при этом на следующей странице необходимо указать продолжение таблицы.

Пример оформления рисунка представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Модель пяти сил конкуренции М. Портера

Подробное описание требований к выполнению курсовой работы приведено на сайте ОГУ (Режим доступа: <http://www.osu.ru/doc/385>).

**3 Порядок выполнения и представления на защиту курсовой работы**

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

* выбор темы курсовой работы и ее согласование с ведущим преподавателем для конкретного объекта исследования; (2-3 неделя)
* выдача задания на выполнение курсовой работы; (3 неделя)
* сбор материала для выполнения курсовой работы; (4-8 неделя)
* выполнение подготовительных, аналитических, расчетно-графических и других работ, связанных с подготовкой курсовой работы; (9-13 неделя)
* оформление курсовой работы; (14-15 неделя)
* периодический отчет о ходе выполнения курсовой работы;
* сдача готовой курсовой работы на кафедру для проверки и рецензирования; (15-16 неделя)
* подготовка к защите в случае положительной рецензии;(16неделя)
* подготовка презентации курсовой работы; (16 неделя)
* прохождение защиты.(17неделя)

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

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

В качестве альтернативного варианта оценки студенческой курсовой работы может быть предложена бально-рейтинговая оценка. При этом деятельность студента по выполнению курсовой работы разбивается на этапы, по реализации которых студенту могут быть начислены баллы. При этом за текущую работу по выполнению курсовой работы максимально может быть начислено 70 баллов, а за защиту – 30 баллов. Примерная технологическая карта представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Технологическая карта рейтинговых баллов по курсовой работе

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этапы выполнения курсовой работы | Виды деятельности | Рейтинговый балл |
| **1 Начальный этап** | 1.1 Выбор темы1.2 Подбор литературы1.3 Составление плана курсовой работы | 10 |
| **2 Теоретическая часть** | 2.1 Проведение терминологического анализа2.2 Критика подходов2.3 Собственные предложения и выводы2.4 Широта рассматриваемых подходов, число использованных источников | 15 |
| **3 Аналитическая часть** | 3.1 Полнота данных3.2 Точность расчетов3.3 Адекватность методов сбора информации3.4 Анализ проблем | 15 |
| **4 Исследовательская часть** | 4.1 Новизна рекомендаций4.2 Обоснованность предложений4.3 Практическая ценность4.4 Оценка эффективности предложений | 15 |
| **5 Оформление** | Соответствие стандарту | 15 |
| *Итого по текущему контролю этапов* | 70 |
| **6 Защита курсовой работы** | 30 |
| *Всего по курсовой работе* | 100 |

Студент, набравший по учебному курсу менее 30 баллов, к защите курсовой работы не допускается.

**4 Порядок защиты курсовой работы**

Студенты представляют курсовую работу на кафедру в установленный срок. Защита курсовой работы проводится в форме собеседования с преподавателем, в ходе которого студент должен обосновать основные рекомендации, предложенные в курсовой работе по рассматриваемой проблеме, доказать их необходимость и оригинальность, а также их экономическую эффективность.

Вовремя защиты студент должен ответить и на все замечания, сделанные преподавателем в тексте курсовой работы и в рецензии на курсовую работу, а также на вопросы по докладу работы.

После защиты выставляется одна из оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». В случае применения бально-рейтинговой системы оценки, сумма баллов текущей работы суммируется с баллами, набранными в ходе защиты курсовой работы, и оценка переводится в 5-балльную оценку (таблица 3), которая считается итоговой оценкой по курсовой работе в текущем семестре.

 Таблица 3 - Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по учебному курсу

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование оценки | Сумма баллов  | Числовой эквивалент |
| отлично | 91 – 100  | 5 |
| хорошо | 75 – 90  | 4 |
| удовлетворительно | 60 – 74  | 3 |
| неудовлетворительно | 0 – 59 | 2 |

Альтернативным способом защиты курсовой работы является подготовка презентации в MicrosoftPowerPoint, в которой должны быть представлены результаты проведенного студентом анализа, ключевые положения и рекомендации по решению исследуемой проблемы. Объем презентации составляет 7-9 слайдов. При этом важным является соблюдение требований к подготовке презентации, приведенные в п. 5.

**5 Основные требования к презентации курсовой работы**

**5.1Требованияк содержанию презентации**

Первый слайд презентации должен быть титульным т.е. включать:

- тему курсовой работы;

- ФИО студента, выполнившего курсовую работу, и номер группы;

- ФИО и должность преподавателя, проверившего курсовую работу;

- дату презентации.

Второй слайд презентации должен содержать формулировку цели и задач исследования.

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

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

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

**5.2 Требования к оформлению презентации**

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

Необходимо использовать единый размер шрифта для всех заголовков на каждом слайде, при этом необходимо учитывать читабельность шрифта (например, для Arial не менее 24 пт). Что касается основного текста и основной информации, то здесь тоже необходимо использовать единый размер шрифта на каждом слайде, в том числе и для таблиц, при этом необходимо учитывать читабельность шрифта (например, для Arial не менее 18 пт).Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации. Отметим, что шрифты без засечек (Arial, Verdana, Tahoma) более читабельны в электронных текстах.

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

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

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

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

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

**6 Примерная тематика курсовых работ**

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

Тему необходимо сформулировать для выбранного объекта и согласовать с научным руководителем. Тема курсовой работы выбирается студентом в соответствии с порядковым номером алфавитного списка группы в соответствии с ниже представленным перечнем.

1. Влияние факторов внешней среды на разработку корпоративной стратегии организации.
2. Оценка уровня конкурентоспособности организации.
3. Оценка стратегического потенциала организации.
4. Процесс разработки корпоративной стратегии на предприятии.
5. Формирование сбытовой стратегии фирмы.
6. Оценка уровня эффективности стратегического планирования на предприятии.
7. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности.
8. Стратегия делового сотрудничества предприятия с другими хозяйствующими субъектами.
9. Разработка продуктовой стратегии предприятия.
10. Разработка производственной стратегии предприятия.
11. Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа его сильных и слабых сторон.
12. Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа динамики издержек.
13. Применение портфельных моделей для выбора и анализа стратегии организации.
14. Разработка стратегии для бизнес-единицы компании.
15. Недобросовестные методы реализации конкурентной стратегии.
16. Финансовая стратегия предприятия: содержание и процедуры формирования.
17. Особенности формирования и реализации кадровой стратегии.
18. Роль миссии и целей в выборе стратегии дальнейшего развития организации.
19. Разработка структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач.
20. Применение инструментов стратегического анализа для разработки стратегии предприятия.
21. Стратегический анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
22. Подходы к определению источников конкурентных преимуществ организации.
23. Разработка стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ.
24. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе и их роль в разработке стратегии.
25. Ресурсы и ключевые компетенции компании как основа стратегии.
26. Основные типы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса.
27. Стратегический анализ диверсифицированной компании.
28. Разработка рекламных стратегий компании.
29. Организационная культура как фактор реализации стратегии.
30. Роль информации в стратегическом планировании деятельности организации.
31. Применение инструментария стратегического анализа к разработке стратегии организации.
32. Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии.
33. Стратегический анализ потребителей и конкурентов организации.
34. Стиль конкурентной активности в стратегии предприятия.
35. Управление реализацией стратегии предприятия.
36. Взаимосвязь основных функциональных стратегий организации.

Выбор темы осуществляется в соответствии с представленным перечнем, однако не исключается по согласованию с ведущим преподавателем рассмотрение темы, выходящей за рамки примерного перечня.

**7 Структура и содержание курсовой работы**

Текстовая часть курсовой работы содержит следующие структурные элементы:

– титульный лист;

– задание;

– аннотацию;

– содержание;

– введение;

– теоретическую часть;

– аналитическую часть;

– исследовательскую часть;

– заключение;

– список использованных источников;

– приложения.

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

**Титульный лист** является первым листом курсовой работы. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. Пример оформления титульного листа приведен в приложении Б.

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

- наименование кафедры;

- фамилию и инициалы студента;

- дату выдачи задания на выполнение работы;

- тему курсовой работы;

- исходные данные для курсовой работы и краткое содержание работы;

- срок предоставления работы к защите;

- фамилии и инициалы научного руководителя работы.

Задание на выполнение курсовой работы подписывается научным руководителем и студентом и располагается после титульного листа, не нумеруется, но включается в общее количество листов. Образец оформления задания на выполнение курсовой работы приведен в приложении В.

**Аннотация** представляет собой краткие сведения о структуре работы и ее основных разделах. Пример оформления аннотации приведен в приложении Г.

**Содержание** включает введение, порядковые номера и заголовки разделов, при необходимости подразделов, заключение, список использованных источников, приложения с указанием их обозначений и заголовков. После заголовка каждого из указанных структурных элементов ставят отточие, а затем приводят номер страницы, на которой начинается данный структурный элемент. Пример оформления содержания приведен в приложении Д.

Во «**Введении»** необходимо обосновать актуальность темы, определить объект исследования, как правило, им является исследуемое предприятие и предмет исследования (часть стратегического менеджмента в соответствии с заявленной темой). Необходимо поставить цель работы и задачи. Цель чаще всего касается исследования теоретических положений и практических рекомендации в соответствии с предметом и объектом исследования. Задачи определяются исходя из основного содержания работы, т.е. эти задачи необходимо решить студенту для достижения цели. Для формулирования задач лучше использовать следующие термины: исследовать, обосновать, определить, выявить, классифицировать, разработать, оценить, показать и т. п.

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

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

Излагая различные точки зрения на проблему, применяя различные методики, используя формулы и цитируя различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки на с по действующим стандартам в виде [номер источника]. Общий объем раздела –10-12 страниц.

**«Аналитическая часть»** курсовой работы должна носить аналитический исследовательский характер, предполагающий конкретизацию предмета и задач исследования. Данная часть должна содержать организационно-экономическую характеристику выбранного студентом объекта исследования. Характеризуя объект исследования необходимо представить следующие сведения:

* вид основной деятельности;
* номенклатура продукции (услуг);
* организационно-правовая форма;
* история развития, прошлые и настоящие успехи ит.д.

Важной составляющей данного раздела является анализ динамики основных технико-экономических показателей, пример оформления приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Основные показатели деятельности предприятия

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | Темп роста в % 2011 г. к 2010 г. | Темп роста в % 2012 г. к 2011 г. |
| Выручка от реализации, тыс.р. | 145349 | 213311 | 172318 | 146,76 | 80,78 |
| Фактическая себе-стоимость, тыс.р. | 115103 | 181879 | 140156 | 158,01 | 77,06 |
| Прибыль от реализации услуг, тыс.р. | 30246 | 31432 | 32162 | 103,92 | 102,32 |
| Численность персонала, чел. | 210 | 193 | 212 | 91,90 | 109,84 |
| Среднегодовая выработка на одного работника, тыс.р./ чел. | 692 | 1105 | 812 | 159,68 | 73,48 |
| Фонд заработной платы, тыс. р. | 66975 | 76335 | 82831 | 113,98 | 121,61 |
| Среднемесячная заработная плата на одного работника, р. | 21261 | 26368 | 26047 | 124,02 | 98,78 |
| Рентабельность продукции, % | 26,27 | 17,28 | 22,95 | - | - |

Таким образом, аналитическая часть курсовой работы должна включать:

* характеристику объекта исследования как социально-экономической системы;
* исследование основных технико-экономических показателей деятельности объекта исследования за последние 2-3 года, выявление закономерностей их изменения, определение причины данных изменений;
* стратегический, конкурентный или портфельный анализ объекта исследования в соответствии с темой курсовой работы;
* выявление основных закономерностей изменения факторов внутренней и внешней среды организации, определение причин, вызывающих указанные выше изменения;
* формулирование стратегических проблем деятельности объекта исследования в соответствии с темой курсовой работы.

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

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

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

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

Кроме этого для оценки конкурентоспособности предприятия в аналитической части целесообразно провести конкурентный анализ, одним из методов которого является построение карт стратегических групп, образец одной из них для предприятия ООО «Эверест 2000» представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Позиционная карта стратегических групп по характеристикам: качество продукции и средняя цена

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

Общий объем раздела –10-12 страниц.

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

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

Таким образом, исследовательская часть курсовой работы должна включать:

- определение стратегических направлений развития деятельности объекта исследования, реализуемых как во внешней, так и во внутренней среде объекта, а также исследуемой темы на примере организации;

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

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

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

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

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

- определение перспектив для каждой стратегической альтернативы;

- определение затрат на разработку и реализацию стратегической альтернативы;

- обоснование возможностей и рисков в случае реализации альтернативы.

Общий объем раздела –10-12 страниц.

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

**Заключение** курсовой работы состоит из двух частей:

1. основные выводы по результатам исследования:

а) недостатки:

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

б) преимущества:

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

2) основные направления дальнейших исследований по теме курсовой работы.

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

− в алфавитном порядке;

− по разделам;

− по видам источников.

При составлении списка в алфавитном порядке вначале располагаются источники на русском языке, далее на языках с латинским языком.

Нумерация источников в списке сохраняется сквозная. Сведения об источниках приводятся в соответствии с ГОСТ 7.1 - 2003, ГОСТ 7.82. -2001. Сокращения слов должны соответствовать ГОСТ 7.11 - 2004, ГОСТ 7.12 - 93.

Список использованных источников должен включать не менее 25 наименований источников. Пример оформления списка использованных источников приведен в п. 11 данных методических указаний.

В **Приложения** помещаются иллюстрации, таблицы, текст вспомогательного характера, количество приложений не ограничено. Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, например, Приложение А, Приложение Б, Приложение В ит.д.

**8 Примерное содержание курсовых работ по предложенным темам**

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

1 Теоретические основы разработки корпоративной стратегии организации

* 1. Понятие и роль корпоративной стратегии организации

1.2 Основные элементы и методы оценки влияния внешней среды организации

1.3 Этапы разработки и реализации корпоративной стратегии

2 Анализ влияния факторов внешней среды на корпоративную стратегию компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Оценка влияния факторов макросреды на корпоративную стратегию

2.3 Оценка влияния факторов микросреды на корпоративную стратегию

3 Рекомендации по разработке и реализации корпоративной стратегии в компании «Х» с учетом влияния факторов внешней среды

**Тема 2.** Оценка уровня конкурентоспособности организации

1 Теоретические основы оценки уровня конкурентоспособности организации

1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия

1.2 Понятие и методы конкурентного анализа

1.3 Пути повышения конкурентоспособности предприятия

2 Оценка уровня конкурентоспособности организации «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Оценка конкурентной позиции компании на основе методов конкурентного анализа

2.3 Выявление конкурентных преимуществ и оценка конкурентоспособности компании

3 Рекомендации по разработке конкурентной стратегии компании

**Тема 3.** Оценка стратегического потенциала организации

1 Теоретические основы оценки стратегического потенциала организации

1.1 Понятие и элементы стратегического потенциала организации

1.2 Роль стратегического потенциала в процессе разработки и реализации стратегии

1.3 Методы анализа стратегического потенциала организации

2 Исследование стратегического потенциала организации «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Оценка основных составляющих стратегического потенциала

2.3 Выявление узких мест во внутренней среде организации

3 Рекомендации по совершенствованию стратегического потенциала в компании «Х»

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

1 Теоретические основы разработки корпоративной стратегии на предприятии

1.1 Понятие и сущность корпоративной стратегии

1.2 Процесс разработки корпоративной стратегии

1.3 Инструменты разработки корпоративной стратегии

2 Анализ деятельности диверсифицированной компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ деятельности отдельных бизнес-единиц предприятия

2.3 Проблемы разработки корпоративной стратегии

3 Рекомендации по разработке корпоративной стратегии в «Х»

**Тема 5.** Формирование сбытовой стратегии фирмы

1 Теоретические основы формирования сбытовой стратегии фирмы

1.1 Понятие сбытовой стратегии, основные ее элементы

1.2 Процесс формирования сбытовой стратегии

1.3 Методы формирования сбытовой стратегии

2 Анализ системы сбыта в «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Исследование динамики и структуры сбыта продукции

2.3 Проблемы сбыта продукции на предприятии

3 Предложения по формирования сбытовой стратегии фирмы «Х»

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

1 Теоретические основы стратегического планирования на предприятии

1.1 Понятия и роль стратегического планирования на предприятии

1.2 Процесс стратегического планирования на предприятии

1.3 Методы оценки уровня эффективности стратегического планирования

2 Оценка уровня эффективности стратегического планирования «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Организация стратегического планирования на предприятии

2.3 Оценка эффективности стратегического планирования

3 Рекомендации по повышению эффективности стратегического планирования на предприятии

**Тема 7.** Стратегическое планирование маркетинговой деятельности

1 Теоретические основы стратегического планирования маркетинговой деятельности

1.1 Понятие и сущность стратегического планирования маркетинговой деятельности

1.2 Методы и приемы оценки маркетинговой деятельности

1.3 Основные этапы процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности

2 Анализ маркетинговой деятельности в «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ элементов маркетинговой деятельности

2.3 Проблемы в управлении маркетинговой деятельностью

3 Рекомендации по стратегическому планированию маркетинговой деятельности в «Х»

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

1 Теоретические основы делового сотрудничества предприятия с другими хозяйствующими субъектами

1.1 Понятие и роль делового сотрудничества

1.2 Методы и приемы делового сотрудничества

1.3 Стратегии делового сотрудничества

2 Анализ делового сотрудничества предприятия «Х» с другими хозяйствующими субъектами

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Основные деловые партнеры предприятия

2.3 Проблемы делового сотрудничества предприятия

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

**Тема 9.** Разработка продуктовой стратегии предприятия

1 Теоретические основы разработки продуктовой стратегии предприятия

1.1 Понятие, сущность и виды продуктовой стратегии предприятия

1.2 Методы управления продуктовым портфелем компании

1.3 Основные этапы разработки продуктовой стратегии предприятия

2 Анализ продуктового портфеля «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Характеристика основной продукции предприятия

2.3 Матричный анализ продуктового портфеля

3 Рекомендации по разработке продуктовой стратегии предприятия «Х»

**Тема 10.** Разработка производственной стратегии предприятия

1 Теоретические основы разработки производственной стратегии предприятия

1.1 Понятие и цели производственной стратегии предприятия

1.2 Элементы производственной стратегии предприятия

1.3 Основные этапы разработки производственной стратегии предприятия

2 Анализ производственной деятельности предприятия «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Организация производственной деятельности предприятия

2.3 Проблемы планирования и организации производственной деятельности предприятия

3 Рекомендации по разработке производственной стратегии предприятия «Х»

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

1 Теоретические основы разработки конкурентной стратегии предприятия

1.1 Понятие и классификация конкурентных стратегий

1.2 Методы выявления и оценки сильных и слабых сторон

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

2 Анализ сильных и слабых сторон компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Выявление и оценка влияния на деятельность компании сильных и слабых сторон

3 Разработка конкурентной стратегии компании «Х»

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

1 Теоретические аспекты формирования конкурентной стратегии предприятия на основе анализа динамики издержек

1.1 Понятие и классификация конкурентных стратегий предприятия

1.2 Этапы разработки стратегии предприятия

1.3 Методы анализа динамики издержек

2 Оценка конкурентоспособности компании «Х» на основе анализа динамики издержек

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализа динамики издержек

2.3 Выявление узких мест, снижающих конкурентоспособность компании

3 Разработка конкурентной стратегии компании «Х»

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

1 Теоретические основы портфельного анализа

1.1 Понятие и роль портфельного анализа

1.2 Модели портфельного анализа

1.3 Выбор стратегии организации на основе портфельных моделей

2 Портфельный анализ компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Характеристика стратегических единиц бизнеса

2.3 Построение портфельных матриц

3 Предложения по выбору стратегии развития организации

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

1 Теоретические основы разработки стратегии для бизнес-единицы компании

1.1 Понятие бизнес-единицы и ее роль в компании

1.2 Этапы разработки стратегии для бизнес-единицы компании

1.3 Методы портфельного анализа для разработки стратегии бизнес-единицы

2 Анализ бизнес-единиц компании

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Характеристика корпоративного портфеля компании

2.3 Портфельный анализ бизнес-единиц

3 Рекомендации разработке стратегии для бизнес-единицы

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

1 Теоретические основы реализации конкурентной стратегии

1.1 Сущность и виды конкуренции

1.2 Формирование и реализация конкурентных стратегий

1.3 Недобросовестные методы конкуренции

2 Оценка конкурентоспособности компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Конкурентный анализ

2.3 Оценка методов удержания позиций основных конкурентов

3 Разработка способов пресечения недобросовестной конкуренции для компании «Х»

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

1 Теоретические основы формирования финансовой стратегии организации

1.1 Понятие и содержание финансовой стратегии организации

1.2 Основные методы оценки финансовых ресурсов

1.3 Подходы финансового менеджмента к формированию стратегии

2 Анализ использования финансовых ресурсов в компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ финансового положения

2.3 Обоснования необходимости в разработке финансовой стратегии

3 Рекомендации по формированию финансовой стратегии в «Х»

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

1 Теоретические основы разработки кадровой стратегии предприятия

1.1 Понятие и цели кадровой стратегии

1.2 Связь кадровой и бизнес-стратегии организации

1.3 Этапы разработки и реализации кадровой стратегии

2 Анализ действующей кадровой стратегии в «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ текущей бизнес-стратегии предприятия

2.3 Проблемы взаимосвязи кадровой и бизнес-стратегии в организации

3 Предложения по разработке и реализации кадровой стратегии в «Х»

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

1 Теоретические основы определения миссии и целей организации

* 1. Понятие и роль миссии и целей в выборе стратегии развития организации
	2. Правила разработки миссии организации

1.3 Критерии и методы постановки целей

2 Анализ миссии и целей «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ миссии организации

2.3 Анализ системы целей организации

3 Рекомендации по разработке миссии и целей организации для реализации стратегии развития в «Х»

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

1 Теоретические основы разработки структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач

1.1 Понятие и виды структуры управления организацией

1.2 Основные этапы построения структуры управления организацией

1.3 Влияние стратегии на структуру управления организацией

2 Анализ структуры управления организацией «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ структуры управления организацией

2.3 Проблемы соответствия стратегии организации и структуры управления организацией

3 Предложения по разработке структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач в «Х»

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

1 Теоретические основы стратегического анализа

1.1 Понятие и роль стратегического анализа в разработке стратегии предприятия

1.2 Процесс стратегического анализа

1.3 Основные инструменты стратегического анализа

2 Стратегический анализ деятельности «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ макросреды

2.3 Анализ микросреды

2.4 Анализ стратегического потенциала

2.5 Комплексный анализ среды

3 Рекомендации по разработке стратегии развития «Х»

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

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

1.1 Понятие и роль стратегического анализа отрасли и конкуренции в ней

1.2 Процесс стратегического анализа отрасли и конкуренции в ней

1.3 Методы стратегического анализа отрасли и конкуренции в ней

2 Стратегический анализ общей ситуации в отрасли (указать отрасль) и конкуренции в ней

2.1 Краткая характеристика отрасли

2.2 Стратегический анализ отрасли

2.3 Анализ конкуренции в отрасли

3 Рекомендации по проведению стратегического анализа общей ситуации в отрасли (указать отрасль) и конкуренции в ней

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

1 Теоретические аспекты определения источников конкурентных преимуществ организации

1.1 Понятие, роль и виды конкурентных преимуществ

1.2 Подходы к определению источников конкурентных преимуществ

1.3 Пути улучшения конкурентных преимуществ в организации

2 Анализ конкурентных преимуществ в «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Конкурентный анализ

2.3 Анализ конкурентных преимуществ организации

3 Предложения по улучшению конкурентных преимуществ в «Х»

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

1 Теоретические основы разработки стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ

1.1 Понятие, источники и типы конкурентных преимуществ

1.2 Порядок разработки стратегии на основе конкурентных преимуществ

1.3 Методы разработки стратегии на основе конкурентных преимуществ

2 Анализ конкурентных преимуществ в «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ конкурентных преимуществ

3 Рекомендации по разработке стратегии «Х» на основе обеспечения конкурентных преимуществ

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

1 Теоретические основы разработки стратегии на основе ключевых факторов успеха

1.1 Понятие и роль ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе

1.2 Методы выявления ключевых факторов успеха

1.3 Подходы к разработке стратегии на основе ключевых факторов успеха

2 Анализ ключевых факторов успеха «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Определение ключевых факторов успеха

3 Предложения по разработке стратегии «Х» на основе ключевых факторов успеха

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

1 Теоретические основы разработки стратегии на основе ресурсов и ключевые компетенций компании

1.1 Понятие и роль ресурсов и ключевых компетенций

1.2 Ресурсный подход к разработке стратегии организации

1.3 Компетентностный подход к разработке стратегии организации

2 Анализ ресурсов и ключевых компетенций компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ ресурсов предприятия

2.3 Выбор ключевых компетенций

3 Предложения по разработке стратегии организации «Х» на основе ресурсов и ключевых компетенций

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

1 Теоретические основы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса

1.1 Понятие и типы конкурентных преимуществ

1.2 Подходы к типологии стратегий

1.3 Взаимосвязь конкурентных преимуществ стратегий бизнеса

2 Анализ конкурентных преимуществ в «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Выявление конкурентных преимуществ

2.3 Анализ текущей стратегии компании

3 Предложения по разработке стратегии «Х» на основе конкурентных преимуществ

**Тема 27.** Стратегический анализ диверсифицированной компании

1 Теоретические основы стратегического анализа диверсифицированной компании

1.1 Понятие и роль стратегического анализа

1.2 Инструменты стратегического анализа диверсифицированной компании

1.3 Этапы проведения стратегического анализа диверсифицированной компании

2 Стратегический анализ компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ внешней среды компании

2.3 Анализ деятельности подразделений компании

2.4 Комплексный анализ среды

3 Предложения по разработке стратегии для диверсифицированной компании «Х»

**Тема 28.** Разработка рекламных стратегий компании

1 Теоретические основы разработки рекламных стратегий компании

1.1 Понятие, цели и виды рекламы

1.2 Подходы к разработке рекламной стратегии

1.3 Этапы разработки рекламной стратегии

2 Анализ рекламной деятельности в «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ текущей рекламной деятельности

2.3 Оценка эффективности рекламной деятельности

3 Предложения по разработке рекламных стратегий в «Х»

**Тема 29.** Организационная культура как фактор реализации стратегии

1 Теоретические основы организационной культуры предприятия

1.1 Сущность и понятие организационной культуры

1.2 Роль организационной культуры в реализации стратегии

1.3 Методы оценки организационной культуры предприятия

2 Анализ организационной культуры компании «Х»

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ элементов организационной культуры компании

2.3 Оценка влияния организационной культуры на реализацию стратегии

3 Рекомендации по совершенствования организационной культуры в «Х»

**Тема 30.** Роль информации в стратегическом планировании деятельности организации

1 Теоретические аспекты информационного обеспечения стратегического планирования деятельности организации

1.1 Понятие и сущность стратегического планирования

1.2 Роль информации в стратегическом менеджменте

1.3 Современные информационные системы для поддержки принятия стратегических решений

2 Стратегический анализ «Х» и его информационная составляющая

2.1 Краткая характеристика, основные показатели деятельности предприятия

2.2 Анализ внутренней и внешней среды предприятия

2.3 Оценка информационных систем предприятия для поддержки стратегического планирования

3 Предложения по совершенствованию информационного обеспечения стратегического планирования деятельности организации

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

**Тема 1.** Влияние факторов внешней среды на разработку корпоративной стратегии организации (ПК-27, ПК-5,ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

Для оценки факторов внешней среды следует использовать следующие методы:

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

**Тема 2.** Оценка уровня конкурентоспособности организации (ПК-30, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

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

**Тема 3.** Оценка стратегического потенциала организации (ПК-8, ПК-18, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

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

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

**Тема 4.** Процесс разработки корпоративной стратегии на предприятии (ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

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

**Тема 5.** Формирование сбытовой стратегии фирмы (ПК-10, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

**Тема 6.** Оценка уровня эффективности стратегического планирования на предприятии (ПК-8, ПК-18, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

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

**Тема 7.** Стратегическое планирование маркетинговой деятельности (ПК-9, ПК-10, ПК-36, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

Анализ маркетинговой деятельности удобнее проводить по следующим критериям: продукт, ассортимент, ценообразование, исследования, упаковка, продвижение. Либо использовать элементы маркетинга-микс (товарная, сбытовая, ценовая, коммуникативная политика).

**Тема 8.** Стратегия делового сотрудничества предприятия с другими хозяйствующими субъектами (ПК-15, ПК-30, ПК-36, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

**Тема 9.** Разработка продуктовой стратегии предприятия(ПК-10, ПК-9, ПК-36, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20 )

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

**Тема 10.** Разработка производственной стратегии предприятия (ПК-9, ПК-8, ПК-18, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

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

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

**Тема 11.** Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа его сильных и слабых сторон(ПК-15, ПК-30, ПК-41, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-20)

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

- SNW-анализ;

- многофакторная модель;

- карта сильных и слабых сторон.

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

- построение конкурентного профиля;

- оценка конкурентной силы.

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

- лидерство по издержкам;

- дифференциация;

- фокусирование.

**Тема 12.** Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа динамики издержек (ПК-31, ПК-41, ПК-15,ОК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-2)

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

**Тема 13.** Применение портфельных моделей для выбора и анализа стратегии организации(ПК-31, ОК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19, ОК-2)

В работе необходимо рассмотреть 4-5 портфельных моделей, также можно привести трехмерные модели, например модель Абеля. Для построения матриц для объекта исследования необходимо проанализировать продукты, стратегические зоны хозяйствования или стратегические единицы бизнеса, которые следует разместить внутри матриц и предложить стратегии.

**Тема 14.** Разработка стратегии для бизнес-единицы компании(ПК-15, ОК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ОК-19)

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

**Тема 15.** Недобросовестные методы реализации конкурентной стратегии (ОК-20, ПК-8, ПК-18, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

К таким методам относят следующие:

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

**Тема 16.** Финансовая стратегия предприятия: содержание и процедуры формирования (ПК-9, ПК-8, ПК-18, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 17.** Особенности формирования и реализации кадровой стратегии (ПК-9,ПК-13, ОК-20, ПК-17, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18, ПК-37)

При разработке кадровой стратегии следует учесть, что кадровая стратегия должна соответствовать бизнес-стратегии организации. Так в случае если компания выбрала стратегию лидерства в издержках, то она должна ориентироваться на поиск недорогой рабочей силы, а в случае выбора стратегии дифференциации должна ориентироваться на персонал узкой специализации и высокой квалификации и т.д. Таким образом, прежде, чем предлагать элементы кадровой стратегии необходимо четко понимать текущую бизнес-стратегию организации.

**Тема 18.** Роль миссии и целей в выборе стратегии дальнейшего развития организации(ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 19.** Разработка структуры управления организацией, ориентированной на решение стратегических задач(ПК-2, ПК-7, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 20.** Применение инструментов стратегического анализа для разработки стратегии предприятия (ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

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

**Тема 21.** Стратегический анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней (ПК-30, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

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

**Тема 22.**Подходы к определению источников конкурентных преимуществ организации (ПК-30, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 23.** Разработка стратегии на основе обеспечения конкурентных преимуществ (ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 24.** Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе и их роль в разработке стратегии (ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 25.** Ресурсы и ключевые компетенции компании как основа стратегии (ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 26.** Основные типы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса (ПК-15, ПК-30, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 27.** Стратегический анализ диверсифицированной компании (ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 28.** Разработка рекламных стратегий компании(ПК-10, ПК-36, ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 29.** Организационная культура как фактор реализации стратегии (ПК-37, ОК-20, ПК-5, ПК-6, ПК-37, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

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

**Тема 30.** Роль информации в стратегическом планировании деятельности организации(ОК-16, ПК-15, ОК-5, ОК-6,ОК-8,ОК-10,ОК-17,ОК-18)

Суть работы заключается в определении того, какая информация необходимо руководителю для принятия стратегических решений. Необходимо рассмотреть те базы данных, которые необходимы для проведения стратегического планирования, и предложить современные программные пакеты или их модернизацию для выполнения задач стратегического планирования.

**10 Обеспечение конфиденциальности материала**

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

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

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

Такая информация делиться на два вида:

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

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

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

Все данные предприятия, которые являются частными, конфиденциальными должны быть отражены в специальном списке, который утверждается высшим руководством организации, в этом документе указывается срок их конфиденциальности и уровень защиты, а также список сотрудников, имеющей к ней доступ.

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

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

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

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

а) индивидуальный индекс

 (1)

где *Ппл* – показатель рассматриваемого планового периода;

*Пбаз* – показатель базового периода.

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

. (2)

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

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

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

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

**11.1 Основная литература**

1. Аналоуи, Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий. Учебник / Ф. Аналоуи, А. Карами. – Электрон. текстовые дан. М. : Юнити-Дана, 2012. - 399 c. – Режим доступа: http://www.biblioclub.ru
2. Долгов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие 3-е изд., стереотип. / А.И. Долгов. - М. : Флинта, 2011. – Режим доступа : http://www.biblioclub.ru/book/83145/
3. Илышев, А. М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А. М. Илышев, Н. Н. Илышева, Т. С. Селевич. - М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. - 480 с.
4. Исаева, Е. А. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях: учебно-методический комплекс / Е. А. Исаева. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 212 с. – Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru/>
5. Курлыкова, А.В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А.В. Курлыкова. – М. : ИЦ РИОР : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=354060>
6. Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Ю. Н. Лапыгин. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 836 с.
7. Маленков, Ю. А. Стратегический менеджмент : учебник / Ю. А. Маленков. - М. : Проспект, 2011. - 224 с.
8. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон. - М. : Юнити-Дана, 2012. Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/book/118643/

**11.2 Дополнительная литература**

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер: Пер. с англ. ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб : Питер, 2002. - 544 с.
2. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. Е. Л. Леонтьева. - М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В.А. Баринов, В. Л. Харченко. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 288 с.
4. Веснин, В. Р. Стратегическое управление : учебник / В. Р. Веснин. - М. : Проспект, 2006. - 328 с.
5. Виноградова, З.И. Стратегический менеджмент: матрица модулей, «дерево» целей: учеб. пособие для вузов / 3. И. Виноградова, В. Е. Щербакова. - М. : Фонд «Мир» : Академ. Проект, 2004. - 304 с.
6. Виссема, X. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / X. Виссема: пер. с англ. - М. : Финпресс, 2000. -272 с.
7. Виханский, О.С. Стратегическое управление : учебник / О.С. Виханский.- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономист, 2008. - 296 с.
8. Волкогонова, О. Д. Стратегический менеджмент : учебник / О. Д. Волкогонова, А. Т. Зуб. - М. : Форум : ИНФРА-М, 2006. - 256 с.
9. Грант, Р. М. Современный стратегический анализ. Современный стратегический анализ. 7-е изд./ Р.М. Грант. - СПб. : Питер, 2012. – 539 с.
10. Ефремов, B. C. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования / B. C. Ефремов. - М. : Финпресс, 1998. - 234 с.
11. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2008. - 526 с.
12. Илышев, А.М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А. М. Илышев, Н. Н. Илышева, Т. С. Селевич. - М. : Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2010. - 480 с.
13. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд.- СПб. : Питер, 2006. - 816 с. : ил.
14. Любанова, Т.П. Стратегическое планирование на предприятии :   учеб. пособие для вузов  /  Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова. - М. : ПРИОР, 2001. - 272 с.
15. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / В. Д Маркова, С. А. Кузнецова. - М. : ИНФРА-М : Новосибирск : Сибирское соглашение, 2006. - 288 с.
16. Минцберг, Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж.Б. Куин, С. Гошал / Пер. с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб: Питер, 2001. - 688 с.
17. Облой, К. Стратегия успешной компании: пер. с пол. / К. Облой. - М.: Изд-во деловой и учеб.лит, 2005. - 472 с.
18. Парахина, В. Н. Стратегический менеджмент: учебник / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. - М. : КноРус, 2005. - 496 с.
19. Пласкова, Н. С. Стратегический и текущий экономический анализ: учебник / Н. С. Пласкова. - М. : Эксмо, 2007. - 656 с.
20. Портер, М. Международная конкуренция / Портер М. : пер. с англ. ; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. - М. : Международные отношения, 1993 - 896 с.
21. Стратегический менеджмент : учебник / под ред. А. Н. Петрова. -СПб. : Питер, 2007. - 496 с.
22. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации : учеб. для вузов : пер. с англ. / А. А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд .- 9-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2001. - 412 с.
23. Тренев, Н.Н. Стратегическое управление / Н.Н. Тренев. - М. : Приор, 2002.-288 с.
24. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов .- 9-е изд., испр. и доп. - М. : Дело, 2008. - 448 с.
25. Шифрин, М. Б. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / М. Б. Шифрин. - СПб. : Питер, 2006. - 240 с.

**11.3 Периодические издания**

1. Проблемы теории и практики управления: журнал / учредитель - ООО «Международная Медиа Группа». - М. : Агентство «Роспечать».
2. Акционерное общество: вопросы корпоративного управления: журнал/учредитель- ЗАО «Советник». - М. : Агентство «Роспечать».
3. Российский журнал менеджмента: журнал / учредитель - Санкт-Петербургский государственный университет. - М. : Агентство «Роспечать».
4. Менеджмент в России и за рубежом: журнал / учредитель Закрытое акционерное общество «Финпресс». - М. : Агентство «Роспечать».

**11.4 Интернет-ресурсы**

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

**Приложение А**

**(*обязательное)***

**Бланк рецензии на курсовую работу**

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт менеджмента

Кафедра менеджмента

**РЕЦЕНЗИЯ**

**на выполненную курсовую работу**

студента\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 фамилия, имя, отчество обозначение

по теме\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

­­­ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

по направлению подготовки (специальности)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1 Соответствие темы курсовой работы видам и задачам профессиональной деятельности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2 Актуальность, полнота обзора и раскрытия темы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3 Оценка основных результатов \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4 Замечания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5 Грамотность и стилевое оформление текста, содержательность графического материала (при наличии)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 6 Пожелания и предложения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Курсовая работа заслуживает оценки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 отлично, хорошо, удовлетворительно

Рецензент: Курлыкова А.В., доцент, к.э.н., доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Приложение Б**

**(*справочное)***

**Пример оформления титульного листа курсовой работы**

|  |
| --- |
| Министерство образования и науки Российской ФедерацииФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»Институт менеджментаКафедра менеджмента**КУРСОВАЯ РАБОТА**(16 пт)по дисциплине «Стратегический менеджмент»Разработка стратегии развития предприятия (на примере ООО «Родное Оренбуржье»)(16 пт)ОГУ 080200.62.5016.XXX\* ООРуководитель работыканд.экон.наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Курлыкова«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_г.ИсполнительСтудент группы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.И.Иванов«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.Оренбург 20\_\_ |

Примечание – остальные надписи размером 14 пт

\* Три последние цифры номера зачетной книжки студента

**Приложение В**

**(*справочное)***

**Пример оформления бланка задания на курсовую работу**

|  |
| --- |
| Утверждаю заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (наименование кафедры) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ подпись инициалы фамилия «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г.**ЗАДАНИЕ** (16 pt, полужирный) **на выполнение курсовой работы** (14 pt, полужирный)студенту \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_группы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (фамилия имя отчество)по направлению подготовки (специальности) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ код, наименование по дисциплине «Стратегический менеджмент»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_1 Тема проекта (работы)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2 Срок сдачи студентом проекта (работы) «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. 3 Цель и задачи проекта (работы)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_4 Исходные данные к проекту (работе) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_5 Перечень вопросов, подлежащих разработке \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 6 Перечень графического (иллюстративного) материала \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата выдачи и получения задания Руководитель «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Курлыкова А.В. подпись Студент «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Подпись инициалы фамилия |

**Приложение Г**

**(*справочное)***

**Пример оформления аннотации к курсовой работе**

|  |
| --- |
| **Аннотация**В данной курсовой работе рассматриваются теоретические, методологические и практические вопросы разработки стратегии развития на примере ООО «Родное Оренбуржье».В теоретической части курсовой работы представлены теоретико-методологические основы и особенности разработки стратегии развития предприятия, определенны ключевые этапы и методы. В аналитической части курсовой работы дана характеристика предприятия, проведен анализ основных показателей деятельности, а также внешней и внутренней среды. В исследовательской части на основе проведенного исследования сформулирована миссия и цели «Родное Оренбуржье». Определены стратегические ориентиры по основным функциональным направлениям деятельности компании. Даны рекомендации по дальнейшей реализации стратегии развития.Работа выполнена печатным способом на 65 страницах с использованием 31 источника, содержит 10 таблиц, 8 рисунков. |

**Приложение Д**

**(*справочное)***

**Пример оформления содержания курсовой работы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| Введение .............................................................................................................. | 4 |
| 1 Теоретические основы разработки стратегии развития предприятия ........ | 5 |
|  1.1 Сущность и понятие стратегии развития предприятия……………..... | 5 |
|  1.2 Основные этапы разработки стратегии…. . . . . ………….. . . . . . . ..... | 11 |
|  1.3 Методы разработки стратегии ………………...…………….. . . . .... .. | 17 |
| 2 Стратегический анализ ООО «Родное Оренбуржье»………... . . ... . . …..  | 22 |
|  2.1 Технико-экономические показатели деятельности компании…. … .. | 22 |
|  2.2 Анализ внешней и внутренней среды организации…………………... | 30 |
|  2.3 Анализ текущей стратегии компании………………………...……....... | 35 |
| 3 Рекомендации по разработке стратегии развития ООО «Родное Оренбуржье» …………………………………………………………………... | 40 |
|  3.1 Определение стратегических ориентиров…………………………..… | 40 |
|  3.2 Оценка экономической эффективности предложенной стратегии ..... | 50 |
| Заключение . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ...... | 51 |
| Список использованных источников . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ..... .. | 52 |
| Приложение А Стратегическое видение ООО «Родное Оренбуржье» ……. | 54 |
|  |  |

 |