

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Название дисциплины «Стратегический менеджмент», 3 семестр

Код, направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Планирование и организация производства на предприятиях нефтяной и газовой промышленности
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	Менеджмента и бизнеса

Примерные темы для контрольной работы:

1. Стратегическое управление на предприятиях в кризисных условиях
2. Информационная база стратегического менеджмента.
3. Теория конкурентного преимущества.
4. Построение модели пяти сил конкуренции М. Портера
5. Проведение анализа величины сил конкуренции.
6. Опыт стратегического планирования в российских фирмах.
7. Анализ внешней среды и его роль в стратегическом управлении фирмой.
8. Определение основных экономических особенностей отрасли.
9. Особенности стратегического планирования в малом бизнесе.
10. Воздействие внешней среды на стратегию фирмы.
11. Процедура проведения системного анализа в стратегическом менеджменте.
12. Формирование инновационной стратегии организации.
13. Стратегический потенциал организации.
14. Атакующие стратегии и их роль в повышении конкурентного статуса фирмы.
15. Выработка ценовой стратегии фирмы.
16. Стратегия внешнеэкономической деятельности фирмы.
17. Стратегия снижения производственных издержек.
18. Стратегический менеджмент человеческих ресурсов на предприятии.
19. Влияние корпоративной культуры на реализацию стратегии.
20. История развития теории и практики стратегического управления.
21. Оценка конкурентной позиции фирмы.
22. Использование стратегий защиты и сохранение конкурентного преимущества.
23. Стратегии вертикальной интеграции фирм.
24. Стратегии конкурентной борьбы в растущих отраслях промышленности.
25. Стратегия маркетинга на производственном предприятии.
26. Этапы формирования стратегии предприятия.
27. Значение финансового анализа в стратегическом менеджменте
28. Прогнозирование влияния внешней среды на деятельность организации
29. Методы обоснования стратегических решений в период экономического кризиса.
30. Анализ и выбор стратегических альтернатив в процессе стратегического планирования.
31. Качество как стратегическая цель деятельности организации.
32. Организация и методы стратегического планирования.
33. Стратегии конкурентной борьбы в период перехода к промышленной зрелости.
34. Стратегии для фирм, переживающих период промышленной зрелости или упадка.
35. Разработка стратегии промышленных лидеров.

36. Теория и практика формирования стратегических альянсов.
37. Экономико-математическое моделирование процессов стратегического управления.
38. Стратегическое управление инвестициями на предприятиях.
39. Концепция движущих сил отрасли.
40. Механизм принятия стратегических решений.
41. Стратегическое управление финансами предприятия
42. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия.
43. Маркетинговая стратегия антикризисного управления
44. Моделирование решений в стратегическом менеджменте
45. Принципы формирования экономической стратегии фирмы.
46. Разработка функциональной стратегии фирмы.

Типовые вопросы к экзамену:

1. Характеристика этапов формирования стратегического менеджмента.
2. Сущность, виды и этапы стратегического планирования
3. Сущность стратегического управления
4. Понятие и роль стратегии. Этапы развития корпоративного управления
5. Отличие стратегического управления от стратегического планирования.
6. Изменение стратегий под влиянием эволюции социально-экономических условий
7. Структура стратегического управления
8. Стратегическое управление как комплексный процесс
9. Взаимосвязь видения - миссии - целевых показателей.
10. Сущность миссии организации и основные принципы ее формирования.
11. Ограниченность стратегического управления
12. Принципы стратегического управления (SMART)
13. Алгоритм определения стратегических целей и показателей
14. Методики проектирования стратегических целей
15. Декомпозиция миссии по ключевым факторам
16. Комплексная декомпозиция стратегии компании
17. Характеристика контрольных показателей (цель, KPI)
18. Главные факторы стратегии.
19. PEST-анализ
20. Анализ конкурентного окружения (анализ микроокружения)
21. Этапы определения конкурентного преимущества
22. Матрица SWOT: цель, задачи, объект, период
23. Сущность и методы SWOT анализа.
24. Эффект масштаба как фактор конкурентоспособности.
25. Диверсификация как фактор образования конкурентных преимуществ.
26. «Цепочка ценностей» и ее использование при позиционировании бизнеса.
27. Анализ рынка (отрасли). Концепция пяти сил Портера
28. Анализ покупателей.
29. Анализ конкурентов.
30. Оценка привлекательности отрасли
31. Анализ состояния и оценка конкурентного потенциала компании.
32. Эталонные стратегии роста (базовые стратегии): типизация и общая характеристика (матрица М. Портера).
33. Цели, мотивы и содержание стратегии концентрированного роста.
34. Цели, мотивы и содержание стратегии вертикальной интеграции (связанной диверсификации).
35. Цели, мотивы и содержание стратегии несвязанной диверсификации.
36. Эталонные стратегии конкуренции: общая характеристика.
37. Цели, мотивы и содержание стратегии дифференциации.
38. Особенности, условия эффективного применения и риски стратегии лидерства по издержкам.
39. Типизация стратегий в координатах «рынок/продукт» (матрица Ансоффа).
40. Концепция "жизненного цикла" в стратегическом управлении. Жизненный цикл продукции.
41. Матрица Бостонской консультационной группы (доля рынка/рост спроса).

42. Матрица Дженерал электрик - Мак-Кинзи (привлекательность отрасли/позиция бизнеса).
43. Матрица Хофеля-Шенделя: положение бизнеса/зрелость отрасли.
44. Матрица Артур Д. Литтл/Жизненный цикл.
45. Стратегическая пирамида: стратегии общекорпоративные, корпоративные, бизнес-единиц, функциональные, операционные.