

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра менеджмента

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н. Хайруллина М. В.
“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Корпоративное стратегическое управление

Образовательная программа: 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа: Маркетинг

Курс: 1, семестр : 1

Факультет бизнеса, заочная форма обучения

		Семестр
№	Вид деятельности	1
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	3
2	Всего часов	108
3	Всего занятий в контактной форме, час.	26
4	Лекции, час.	4
5	Практические занятия, час.	0
6	Лабораторные занятия, час.	8
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	6
8	Аттестация, час.	2
9	Консультации, час.	12
10	Самостоятельная работа, час.	82
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)	КР
12	Вид аттестации	Э

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 38.04.02 Менеджмент

ФГОС введен в действие приказом №322 от 30.03.2015 г. , дата утверждения: 15.04.2015 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 38.04.02 Менеджмент

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

КМ, протокол заседания кафедры №6 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета бизнеса, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.т.н. Клавсуц И. Л.

Заведующий кафедрой:

доцент, д.э.н. Борисова А. А.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Цой М. Е.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ПК.2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; в части следующих результатов обучения:
з2. знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации
з3. знать методологию разработки стратегического плана и оценки его эффективности
у4. уметь разрабатывать корпоративную стратегию
у6. уметь выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации изменений / инноваций
у7. уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов
Компетенция ФГОС: ПК.5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; в части следующих результатов обучения:
у2. уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
<i>Корпоративное стратегическое управление</i>	
ПК.2.з2 знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации	
1.о современных концепциях корпоративного стратегического управления	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
2.способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
3.о концептуальных подходах к управлению процессом стратегических изменений	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
4.знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК.2.у4 уметь разрабатывать корпоративную стратегию	
5.разрабатывать системы бизнес-планов и программ корпоративной стратегии, которая включает: стратегии развития всех подразделений (бизнесов) корпорации, функциональные стратегии: маркетинговую, управления персоналом, финансовую, производственную, инновационную и пр., а также операционные стратегии. гий	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
6.разрабатывать СТРАТЕГИЮ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ, как подсистему корпоративной стратегии организации, представленной в виде долгосрочной программы конкретных действий по реализации концепции использования и развития потенциала персонала организации в целях обеспечения ее стратегического конкурентного преимущества.	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК.2.у6 уметь выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации изменений / инноваций	
7.оценивать эффективность реализации корпоративной стратегии	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа

8.разрабатывать ИННОВАЦИОННУЮ СТРАТЕГИЮ как подсистему корпоративной стратегии, представленную в виде долгосрочной программы конкретных действий по созданию, коммерциализации и реализации технологических инноваций организации в целях достижения стратегического конкурентного преимущества	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК.2.у7 уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов	
9.разрабатывать ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ СТРАТЕГИЮ, как подсистему корпоративной стратегии, представленную в виде долгосрочной программы конкретных действий по созданию и реализации продукта организации, предусматривающую использование и развитие всех производственных мощностей организации в целях достижения стратегического конкурентного преимущества.	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
10.уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК.2.з3 знать методологию разработки стратегического плана и оценки его эффективности	
11.методологию стратегического анализа	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
12.разрабатывать ФИНАНСОВУЮ СТРАТЕГИЮ, как подсистему корпоративной стратегии, представленную в виде долгосрочной программы конкретных действий по использованию собственных и привлеченных внешних финансовых ресурсов в организации для достижения стратегического конкурентного преимущества.	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
13.разрабатывать АНТИКРИЗИСНУЮ КОРПОРАТИВНУЮ СТРАТЕГИЮ	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК.5.у2 уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков	
14. формирования базы данных мониторинга и контроллинга стратегических изменений поведения экономических агентов и рынков	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
15.формирования системы конкурентных преимуществ организации, позволяющих принимать управленческие решения о долгосрочных капиталовложениях в производственные мощности, в специализированное обучение персонала, в проведение НИОКР, а также инвестиций в маркетинг и другие ключевые виды деятельности	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
16.разрабатывать ПРОДУКТОВО-МАРКЕТИНГОВУЮ СТРАТЕГИЮ, как подсистему корпоративной стратегии, которая нацелена на анализ, разработку и принятие комплекса стратегических решений в области номенклатуры, ассортимента, качества и объема производства продуктов организации, а также реализации продуктов на соответствующих рынках.среде	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 1				
Дидактическая единица: Модуль 1. Организация системы корпоративного стратегического управления в системе менеджмента организации				

1. Концепция корпоративной (международной) стратегии. Классификация, организационно-правовые формы корпорации, принципы построения и элементы системы корпоративного стратегического управления	0	0,5	1, 10, 2, 3, 5, 6, 8	Изучают концепцию корпоративной (международной) стратегии организации, классификацию, организационно-правовые формы корпорации, принципы построения и элементы системы корпоративного стратегического управления
3. Модели корпоративного стратегического управления. Корпоративная миссия и целевые стратегические приоритеты.	0	0,5	1, 10, 2, 3, 5, 6, 8	Изучают модели корпоративного стратегического управления. Изучают алгоритм разработки корпоративной миссии и целевых стратегических приоритетов организации, а также взаимосвязь миссий, целевых стратегических приоритетов и целей корпорации, её отдельных бизнесов и функциональных подразделений
5. Методы стратегического анализа	0	0,5	1, 10, 11, 12, 13, 16, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Изучают принципы, методику и методы корпоративного (портфельного) стратегического анализа
Дидактическая единица: Модуль 3. Разработка корпоративной стратегии организации				
1. Этапы разработки бизнес-плана корпоративной (портфельной) стратегии организации. Типовые стратегии.	0	0,5	1, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 3, 4, 5, 6, 9	Изучают методику и методы разработки бизнес-плана корпоративной (портфельной) стратегии организации: стратегий отдельных бизнесов, функциональных стратегий: ПРОДУКТОВО-МАРКЕТИНГОВОЙ, УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ, ФИНАНСОВОЙ, ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ. Изучают, типовые стратегии корпорации, направленные на решение типичных бизнес-ситуаций.
3. Разработка функциональных стратегий: продуктово-маркетинговая и производственная	1	1	11, 13, 14, 15, 4, 5, 8, 9	Изучают методику разработки функциональных продуктово-маркетинговой и производственной производственной стратегий
4. Разработка функциональных стратегий: управления персоналом и финансовой	1	1	11, 13, 14, 15, 4, 5, 6, 8	Изучают методику разработки функциональных стратегий управления персоналом и финансовой

Таблица 3.2

Темы лабораторных работ	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 1				
Дидактическая единица: Модуль 2. Стратегический анализ				

1. Разработка корпоративной миссии организации	0	1	1, 11, 13, 2, 3, 4, 6, 8	Разрабатывают корпоративную миссию
3. Анализ рынка позиционирования организации. Оценка конкурентных преимуществ организации.	0	0,5	11, 13, 14, 15, 3, 4, 5, 6	Проводят анализ рынка позиционирования (стратегических зон хозяйствования) и оценку конкурентных преимуществ организации
5. Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред организации	0	1	1, 10, 11, 13, 14, 15, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9	Проводят комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред организации
6. Разработка корпоративной (портфельной) стратегии	0	1	1, 2, 3, 4	Разрабатывают корпоративную (портфельную) стратегию
Дидактическая единица: Модуль 3. Разработка корпоративной стратегии организации				
1. Разработка продуктово - маркетинговой стратегии	1	1,5	11, 13, 14, 15, 16, 4, 8	Разрабатывают продуктово - маркетинговую стратегию
2. Разработкка финансовой стратегии	1	1	11, 12, 13, 14, 4, 7, 8	Разрабатывают финансовую стратегию
3. Разработка стратегии управления персоналом	1	1	1, 10, 11, 15, 2, 3, 4, 5, 6	Разрабатывают стратегию управления персоналом
4. Разработка производственной стратегии	1	1	1, 10, 2, 3, 4, 5, 9	Разрабатывают производственную стратегию

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 1				
1	Разработка бизнес-плана корпоративной стратегии	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	30	8
разработка проекта методом проектного подхода: Клавсуц И. Л. Стратегический менеджмент : учебник / И. Л. Клавсуц, Г. Л. Русин, И. В. Цомаева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. – 187 с. : ил., табл. Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. Л. Клавсуц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000232699 . - Загл. с экрана.				
2	Подготовка к занятиям	1, 3	24	0
Чтение рекомендованных источников. Подготовка к выполнению курсовой работы.: Клавсуц И. Л. Стратегический менеджмент : учебник / И. Л. Клавсуц, Г. Л. Русин, И. В. Цомаева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. – 187 с. : ил., табл. Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. Л. Клавсуц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000232699 . - Загл. с экрана. Казакова Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова ; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва, 2016. - 500 с. : табл.. - Кн. доступна в электрон. библ. системе biblio-online.ru.				
3	Подготовка к аттестации	1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	28	4

Чтение рекомендованных источников: Клавсуц И. Л. Стратегический менеджмент : учебник / И. Л. Клавсуц, Г. Л. Русин, И. В. Цомаева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. – 187 с. : ил., табл. Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. Л. Клавсуц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000232699. - Загл. с экрана.

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail:klavsuts@mail.ru; Среда электронного обучения НГТУ
Консультирование	e-mail:klavsuts@mail.ru; Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ
Контроль	e-mail; Среда электронного обучения НГТУ
Размещение учебных материалов	Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ

Таблица 5.2

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм
1	Метод проектов: Бизнес-план корпоративной страте Краткое описание применения: Курсовая работа по дисциплине выполняется как единый проект всей учебной группой на лабораторных занятиях. Применяется технология управления проектами (PMM), базирующаяся на методологиях Managing the Implementation of the Total Project и Project Management for Project Executives. Базовый принцип - все данные поступают в виде проектов. Порядок выполнения проекта. Руководителем проекта становится автор представленного проекта-победителя, выбранного на конкурсной основе открытым голосованием учебной группы, которая делится на проектные группы по разработке функциональных стратегий, входящих в состав корпоративной (портфельной) стратегии. Все разработчики проекта, выполняя индивидуальное задание по теме курсовой работы, и, являясь членами одной из проектных групп, проводят стратегические сессии-совещания для согласования совместных проектных решений. Бизнес-план корпоративной стратегии разрабатывается учебной группой как единый проект. Подробная информация об использовании технологии приводится в приложении №3 "Клавсуц И. Л. Стратегический менеджмент : учебник / И. Л. Клавсуц, Г. Л. Русин, И. В. Цомаева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. – 187 с. : ил., табл."

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 1		

Лабораторная:	30	60
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. Л. Клавсуц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000232699 . - Загл. с экрана."		
Курсовая работа:	50	100 (в состав баллов за КР)
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. Л. Клавсуц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000232699 . - Загл. с экрана."		
Экзамен:	20	40
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. Л. Клавсуц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000232699 . - Загл. с экрана."		

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля		
		Защита ЛР	Защита КП/КР	Экзамен
ПК.2	32. знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации	+	+	+
	33. знать методологию разработки стратегического плана и оценки его эффективности	+	+	+
	у4. уметь разрабатывать корпоративную стратегию	+	+	+
	у6. уметь выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации изменений / инноваций	+	+	+
	у7. уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов	+	+	+
ПК.5	у2. уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков	+	+	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Корпоративное управление : учебник / А. Г. Дементьева. — М. : Магистр : ИНФРАМ, 2017. — 496 с. (Магистратура) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php> - Загл. с экрана.
2. Клавсуц И. Л. Стратегический менеджмент : учебник / И. Л. Клавсуц, Г. Л. Русин, И. В. Цомаева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2014. - 187 с. : ил., табл.. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000203171

Дополнительная литература

1. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III. - М., 2007. - 924 с. : ил.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / Игорь Ансофф ; [пер. с англ. под ред. А. Н. Петрова]. - Санкт-Петербург [и др.], 2009. - 342, [1] с. : ил., табл.. - Парал. тит. л. англ..

3. Портер М. Э. Конкуренция / Майкл Портер ; [пер. с англ. О. Л. Пелявского и др.]. - Москва, 2006. - 602 с. : ил., табл.. - Парал. тит. л. англ..
4. Портер М. Конкурентная стратегия : методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; пер. с англ. И. Минервина. - М., 2007. - 452, [1] с. : ил.

Интернет-ресурсы

1. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : компьютерная справочно-правовая система по законодательству России – М., 1992–2017. – Загл. с экрана.
2. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
3. ГАРАНТ.РУ [Электронный ресурс] : информационно-правовой портал. - Москва : Гарант-сервис, 2017. - Режим доступа: <http://www.garant.ru/>. - Загл. с экрана.
4. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
5. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
6. ЭБС "Znanium.com" : <http://znanium.com/>
7. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Казакова Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова ; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва, 2016. - 500 с. : табл.. - Кн. доступна в электрон. библиотечной системе biblio-online.ru.
2. Клавсуц И. Л. Корпоративное стратегическое управление [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. Л. Клавсуц ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2016]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000232699. - Загл. с экрана.
3. Клавсуц И. Л. Стратегический менеджмент : учебник / И. Л. Клавсуц, Г. Л. Русин, И. В. Цомаева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. – 187 с. : ил., табл.

8.2 Специализированное программное обеспечение

- 1 Microsoft Internet Explorer
- 2 Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение

Компьютерный класс

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Необходимо для проведения лекций и презентации проекта студентами
2	Компьютерный класс (Компьютеры объединены в локальную сеть с выходом в Internet)	Необходим для проведения лабораторных работ.

1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Корпоративное стратегическое управление приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ПК.2/ОУ способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	з2. знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации	Анализ рынка позиционирования организации Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред организации Концепция корпоративной (международной) стратегии организации Методы стратегического анализа Миссия и целевые стратегические приоритеты организации Модели корпоративного стратегического управления Оценка конкурентных преимуществ организации Принципы построения и элементы системы корпоративного стратегического управления Разработка корпоративной миссии организации Разработка продуктово - маркетинговой стратегии Разработка финансовой стратегии Реализация и контроллинг стратегической программы Этапы разработки бизнес-плана корпоративной (портфельной) стратегии организации	Курсовая работа Отчет по лабораторной работе, разделы 1-9	Экзамен, вопросы с 1 по 20
ПК.2/ОУ	з3. знать методологию разработки стратегического плана и оценки его эффективности	Анализ рынка позиционирования организации Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред организации Методы стратегического анализа Миссия и целевые стратегические приоритеты организации Оценка конкурентных преимуществ организации Разработка корпоративной миссии организации Разработка продуктово - маркетинговой стратегии Разработка функциональных стратегий: продуктово-маркетинговая и производственная Разработка функциональных стратегий: управления персоналом и	Курсовая работа Отчет по лабораторной работе, разделы 1 – 9.	Экзамен, вопросы 1, 20, 27, 33, 39, 45

		финансовой Разработкка финансовой стратегии Реализация и контроллинг стратегической программы Стратегии отдельных бизнесов и типовые стратегии корпорации, Этапы разработки бизнес-плана корпоративной (портфельной) стратегии организации		
ПК.2/ОУ	у4. уметь разрабатывать корпоративную стратегию	Анализ рынка позиционирования организации Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред организации Разработка корпоративной миссии организации Разработка функциональных стратегий: продуктово-маркетинговая и производственная Разработка функциональных стратегий: управления персоналом и финансовой Стратегии отдельных бизнесов и типовые стратегии корпорации, Этапы разработки бизнес-плана корпоративной (портфельной) стратегии организации	Курсовая работа Отчет по лабораторной работе, разделы 2, 3, 4, 5.	Экзамен, вопросы 1- 50
ПК.2/ОУ	уб. уметь выполнять техничко- экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации изменений / инноваций	Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред организации Модели корпоративного стратегического управления Оценка конкурентных преимуществ организации Разработка корпоративной миссии организации Разработка продуктово - маркетинговой стратегии Разработка функциональных стратегий: продуктово- маркетинговая и производственная Разработка функциональных стратегий: управления персоналом и финансовой Разработкка финансовой стратегии	Курсовая работа Отчет по лабораторной работе, разделы 1- 9	Экзамен, вопросы 1- 56
ПК.2/ОУ	у7. уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов	Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред организации Разработка функциональных стратегий: продуктово-маркетинговая и производственная Реализация и контроллинг стратегической программы Стратегии отдельных бизнесов и типовые стратегии корпорации, Этапы разработки бизнес-плана корпоративной (портфельной) стратегии организации	Курсовая работа Отчет по лабораторной работе, разделы 4, 5, 9	Экзамен, вопросы 46 -60

ПК.5/А владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	у2. уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков	Анализ рынка позиционирования организации Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней среды организации Миссия и целевые стратегические приоритеты организации Оценка конкурентных преимуществ организации Разработка продуктово - маркетинговой стратегии Разработка функциональных стратегий: продуктово-маркетинговая и производственная Разработка функциональных стратегий: управления персоналом и финансовой Разработкка финансовой стратегии Реализация и контроллинг стратегической программы Стратегии отдельных бизнесов и типовые стратегии корпорации, Этапы разработки бизнес-плана корпоративной (портфельной) стратегии организации	Курсовая работа Отчет по лабораторной работе, разделы 1-9.	Экзамен, вопросы 1-60
---	--	--	--	-----------------------

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 1 семестре - в форме экзамена, который направлен на оценку сформированности компетенций ПК.2/ОУ, ПК.5/А.

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 1 семестре обязательным этапом текущей аттестации является курсовая работа. Требования к выполнению курсовой работы, состав и правила оценки сформулированы в паспорте курсовой работы.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ПК.2/ОУ, ПК.5/А, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с

освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Паспорт экзамена

по дисциплине «Корпоративное стратегическое управление», 1 семестр

1. Методика оценки

Экзамен проводится в устной форме, по билетам. Билет формируется по следующему правилу: первый вопрос выбирается из диапазона вопросов 1-20 второй вопрос из диапазона вопросов 20 - 40, третий из диапазона вопросов 40 - 60 (список вопросов приведен ниже). В ходе экзамена преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

Форма экзаменационного билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФБ

Билет № _____

к экзамену по дисциплине «Корпоративное стратегическое управление»

1. Вопрос 1. Корпоративное стратегическое управление – ведущая подсистема в системе менеджмента организации. Основные понятия и сущность, основные принципы, положения и определения
2. Вопрос 2. Стратегический анализ пяти конкурентных сил по М. Портеру. Цель. Структура. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
3. Вопрос 3. Стратегический анализ прямых и косвенных факторов внешней среды организации.

Утверждаю: зав. кафедрой _____ должность, ФИО
(подпись)
(дата)

2. Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет *0-49 баллов*.
- Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает не принципиальные ошибки, например, вычислительные, оценка составляет *50-72 баллов*.
- Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при

ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок при решении задачи, оценка составляет 73-86 баллов.

- Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения задачи, оценка составляет 87-100 баллов.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины, в соответствии с которой в случае, если экзамен сдан студентом на **продвинутом** уровне с максимальной оценкой 100, то по 100-балльной шкале приходится – $100 \cdot 0,4 = 40$ баллов.

4. Вопросы к экзамену по дисциплине «Корпоративное стратегическое управление»

1. Корпоративное стратегическое управление – ведущая подсистема в системе менеджмента организации. Основные понятия и сущность, основные принципы, положения и определения
2. Корпоративное стратегическое управление и корпоративная стратегия: основные понятия и сущность, основные принципы, положения и определения современной концепции корпоративного стратегического управления
3. Подходы к определению понятия «корпорация». Типы и порядок учреждения корпораций.
4. Корпорации. Классификация. Организационно-правовые формы.
5. Международные стандарты корпоративного управления.
6. Корпоративные объединения. Классификация. Организационно-правовые формы.
7. Система корпоративного управления.
8. Корпоративное стратегическое управление и планирование.
9. Функциональные стратегии корпорации.
10. Взаимосвязь миссий, целей, стратегий корпорации.
11. Подходы к стратегическому управлению и планированию. Отличие стратегического управления и планирования от долгосрочного.
12. Модели корпоративного стратегического управления и планирования.
13. Типовые стратегии организации.
14. Базовые модели стратегического менеджмента и планирования организации.
15. Стратегический менеджмент и стратегия организации.
16. Стратегии отдельных бизнесов организации.
17. Концепция ключевых компетенций организации.
18. Концепция ключевых отличий организации.
19. Видение и миссия организации. Цель, факторы, структура, формы, логика, процесс, процедура, количество итераций и результат разработки (формирования).
20. Базовые конкурентные стратегии корпорации.

21. Методика разработки корпоративной стратегии. Цель. Структура. Подходы. Методы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
22. Анализ конкурентоспособности корпорации. Цель. Структура. Подходы. Методы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
23. SWOT-анализ продуктового профиля корпорации. Цель. Структура. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
24. Разработка корпоративной миссии. Цель. Структура. Формы. Подходы. Логика. Процесс. Количество итераций. Процедура. Результат.
25. Исследование интенсивности отраслевой конкуренции и конкурентоспособности корпорации.
26. Анализ рынка позиционирования корпорации. Стратегические зоны хозяйствования. Цель. Структура. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
27. Комплексный ситуационный анализ внешней и внутренней сред корпорации. Цель. Структура. Логика. Методы. Методика. Результат.
28. Стратегический анализ и оценка конкурентных преимуществ корпорации. Цель. Структура. Подходы. Логика. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
29. Стратегический анализ пяти конкурентных сил по М. Портеру. Цель. Структура. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат. 2
30. Разработка альтернативных комплексных стратегических планов для реализации целевых приоритетов корпоративной миссии. Цель Логика. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
31. Выбор комплексного альтернативного стратегического плана для реализации целевых приоритетов корпоративной миссии. Цель Логика. Фактор времени. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
32. SNW-анализ продуктового профиля корпорации. Цель. Структура. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
33. Основные стратегические позиции производственной стратегии-программы.
34. Развитие организации как процесс формирования конкурентных преимуществ.
35. Концепции конкурентных преимуществ при разработке стратегического плана организации
36. Процесс и последовательность формирования системы менеджмента организации.
37. Система постановки целевых стратегических приоритетов организации
38. SMARTE –критерии в постановке целей. Сравнение стратегических и оперативных целей организации.
39. Разработка функциональных стратегий корпорации. Цель. Структура. Подходы. Методы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
40. Определение продуктового профиля корпорации. 2 3
41. Информационные системы поддержки корпоративных стратегических решений
42. Методики оценки эффективности выполнения корпоративных стратегических приоритетов.
43. Продуктово-маркетинговая стратегия. Базовый формат.
44. Исследования жизненного цикла продуктового профиля корпорации. Цель. Структура. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
45. Производственная стратегия. Базовый формат.
46. Стратегия управления персоналом. Базовый формат.

47. Финансовая стратегия. Базовый формат.
48. Базовые конкурентные стратегии продуктового профиля корпорации.
49. Корпоративная финансовая стратегия-программа. Четыре основные позиции.
50. Четыре основных вида решений стратегии управления персоналом
51. Производственная стратегия. Структура производственной деятельности корпорации.
52. Разработка стратегических целей и планов организации на основе стратегического анализа. Структура. Подходы. Методы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
53. Методика разработки производственной стратегии. Цель. Подходы. Логика. Методы. Процесс. Процедура. Результат.
54. PEST –анализ тенденций, имеющих существенное значение для стратегии организации. Цель. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
55. SNW –анализ внутренней среды организации. Цель. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
56. Анализ главных и основных конкурентов организации. Цель. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
57. Анализ главных и основных клиентов организации. Цель. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
58. Анализ главных и основных поставщиков организации. Цель. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
59. Анализ главных и основных партнеров организации. Цель. Подходы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
60. Стратегический анализ прямых и косвенных факторов внешней среды организации.

Паспорт курсовой работы

по дисциплине «Корпоративное стратегическое управление», 1 семестр

1. Методика оценки.

Задание.

Проект: «Разработка бизнес-плана корпоративной стратегии организации» разрабатывается учебной группой как единый проект во время практических и лабораторных занятий.

1. Критерии оценки.

- работа считается **не выполненной**, если студент не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки.

Оценка составляет 0-49 баллов.

- работа выполнена **на пороговом уровне**, если студент дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает не принципиальные ошибки.

Оценка составляет 50-72 баллов.

- работа выполнена **на базовом уровне**, если студент формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов.

Оценка составляет 73-86 баллов.

- работа считается выполненной **на продвинутом уровне**, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок.

Оценка составляет 87-100 баллов.

2. Шкала оценки.

В общей оценке по дисциплине баллы за работы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

3. Тема курсовой работы.

«Разработка бизнес-плана корпоративной стратегии организации»

Цель проекта: разработать бизнес-план корпоративного стратегического развития организации.

Объект наблюдения: организация Юридическое название

Задачи проекта:

1. Разработать миссию организации.
2. Разработать организационную структуру.
3. Провести анализ рынка позиционирования, а именно, возможностей и угроз, исходящих от: клиентов, поставщиков, партнеров и конкурентов.

4. Провести анализ конкурентоспособности организации по концепции Майкла Портера:

- анализ пяти конкурентных сил
 - анализ цепочки и системы стоимости
-

- выбрать базовую конкурентную стратегию
- 5. Провести оценку конкурентных преимуществ: ключевых отличий, ключевых компетенций и прочих КФУ организации.
- 6. Провести комплексный стратегический ситуационный анализ: SWOT-, PEST-, SNW-анализы.
- 7. Разработать корпоративную (портфельную) стратегию
- 8. Разработать Маркетинговую стратегию
- 9. Разработать Стратегию управления персоналом
- 10. Разработать Финансовую стратегию
- 11. Разработать Производственную стратегию.

Предмет исследования: управленческие отношения, возникающие в процессе разработки корпоративной стратегии организации, а также методы и методики стратегического менеджмента и анализа.

Методы стратегического анализа: анализ конкурентоспособности организации, анализ 5 сил Портера, анализ цепочки и системы стоимости, ситуационный стратегический анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ, SNW-анализ, инвестиционный анализ, модель 7S и т. д.

Методологические подходы: системный подход, ситуационный подход, программно-целевой принцип, принцип перспективного управления, принцип адаптивности.

Практическая значимость курсовой работы: результаты стратегического анализа и планирования, представленные в курсовой работе, могут быть использованы для разработки реального бизнес-плана стратегического развития организации.

Представление исходных данных для выбора проекта.

Исходные данные готовятся всеми желающими студентами из учебной группы.

Для выбора объекта исследования проекта студентам предлагается подготовить исходные данные по любой организации на выбор студента (существующей, либо не существующей, находящейся в стадии развития или кризиса и т.д.).

Предлагается 2 варианта первичного представления организации – объекта исследования проекта: стандартный и продвинутый.

СТАНДАРТНЫЙ ВАРИАНТ ПЕРВИЧНОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ – ОБЪЕКТА ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЕКТА.

1. Название организации;
2. Оргструктура (схематично);
3. Досье - краткая историческая справка об организации, её географическое положение, виды деятельности, персонал, управление, положение на рынке, особенности ведения бизнеса.
4. Конкуренты, клиенты, поставщики, партнеры организации (официальные названия организаций и оценка их положения на рынке относительно исследуемой организации).
5. Сформулируйте в письменном виде наиболее острые для исследуемой организации проблемы, которые необходимо разрешить в будущем.

ПРОДВИНУТЫЙ ВАРИАНТ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ – ОБЪЕКТА ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЕКТА.

1. Миссия организации;
2. Оргструктура (схематично);
3. Стратегический анализ возможностей и угроз от главных и основных конкурентов, клиентов, поставщиков, партнеров организации.

После представления студентами индивидуальных вариантов организаций – объектов исследования будущего проекта, открытым голосованием в учебной группе проводится выбор одного из них.

Руководителем проекта становится студент - автор проекта-победителя, выбранного при открытом голосовании группы.

Методология выполнения проекта.

В процессе разработки стратегии развития организации на основе системного стратегического анализа, используется методология управления проектами - Project Management Methodology – (РММ), с целью формирования практических навыков ведения проектов. *Базовый принцип* - стратегия развития разрабатывается группой студентов, которые, в свою очередь, разрабатывают части единого проекта в проектных группах.

Порядок выполнения проекта.

Учебная группа = *Группа разработчиков проекта* разделяется на следующие подгруппы:

1. Проектная группа **стратегического планирования** - состоит из руководителей всех проектных групп.
2. Проектная группа по разработке **маркетинговой стратегии**.
3. Проектная группа по разработке **финансовой стратегии**.
4. Проектная группа по разработке **стратегии управления персоналом**.
5. Проектная группа по разработке **производственной стратегии**.

Выбираются руководители проектных групп.

Все разработчики проекта, выполняя индивидуальное задание по стратегическому анализу исследуемой организации, и, являясь членами одной из проектных групп, проводят стратегические сессии-совещания для согласования совместных проектных решений.

Содержание проекта.

Введение

1 Миссия организации Ошибка! Закладка не определена.

- 1.1 Ценности и убеждения
- 1.2 Услуги
- 1.3 Стратегические целевые приоритеты
- 1.4 Рынок позиционирования
- 1.5 Способы расширения рынка позиционирования
- 1.6 Основные технологии управления маркетингом
- 1.7 Способы развития и финансирования

2 Анализ конкурентоспособности организации

- 2.1 Анализ конкурентоспособности
- 2.2 Анализ пяти конкурентных сил
- 2.3 Анализ системы и цепочки создания стоимости

3 Анализ рынка позиционирования и оценка конкурентных преимуществ организации

- 3.1 Анализ возможностей и угроз от клиентов
- 3.2 Анализ возможностей и угроз от конкурентов
- 3.3 Анализ возможностей и угроз от партнеров
- 3.4 Анализ возможностей и угроз от поставщиков
- 3.5 Оценка конкурентных преимуществ организации

4 Комплексный ситуационный анализ организации

- 4.1 SWOT-анализ – первичный стратегический анализ ближней внешней среды организации
- 4.2 Анализ дальней внешней среды организации. PEST-анализ
- 4.3 Анализ внутренней среды организации. SNW-анализ

5 Корпоративная (портфельная) стратегия

6 Маркетинговая стратегия

- 6.1 Разработка базовых классификаторов по услугам
- 6.2 Сегментация рынка сбыта
 - 6.2.1 Выбор типовой структуры рынка сбыта
 - 6.2.2 Продвижение продукта
 - 6.2.3 Концентрация усилий на отношениях с конкурентами
 - 6.2.4 Ценообразование
 - 6.2.5 Выбор по каждой номенклатурной позиции
- 6.3 Исследование ЖЦ услуг
- 6.4 SWOT-анализ по продукту
- 6.5 SNW-анализ услуг
- 6.6 Анализ главных и основных услуг конкурентов

6.7 Продуктово-маркетинговая программа

7. Стратегия управления персоналом

- 7.1 Разработка оргструктуры организации и форм миссий-ориентаций для персонала
- 7.2 Стратегический анализ персонала организации
 - 7.2.1. Анализ и оценка конкурентных преимуществ персонала
 - 7.2.2 Оценка эффективности деятельности организации. Модель 7S
 - 7.2.3. SWOT-анализ персонала
 - 7.2.4. SNW-анализ персонала
- 7.3 Программа управления персоналом

8. Финансовая стратегия

- 8.1 Решения по оптимизации корпоративных финансов
-

- 8.2 Кредит, инвестиции
- 8.3 Разработка финансовой стратегии
- 8.4 Расчет инвестиционной оценки эффективности выполнения целевых стратегических приоритетов

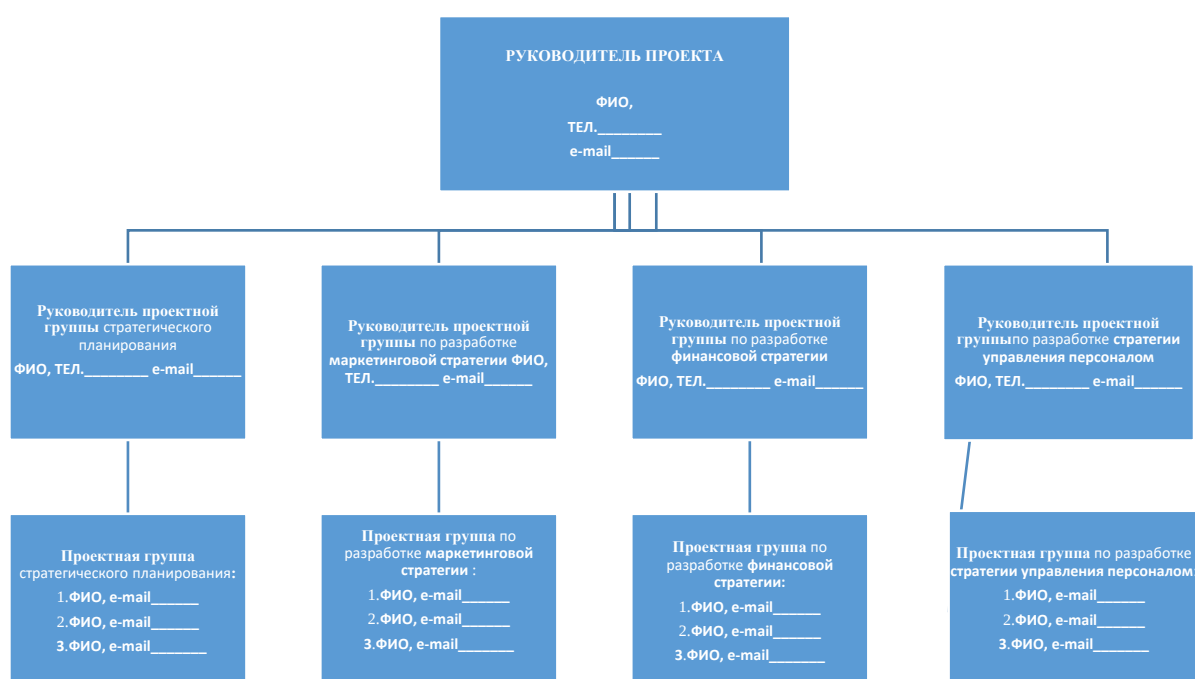
9. Производственная стратегия

- 9.1 Производственная инфраструктура.
- 9.2 Производственные мощности. Масштаб производства
- 9.3 Технологические процессы.
- 9.4 Управление производством. Производственный персонал
- 9.5 Управление качеством
- 9.6 Производственная программа

Заключение

Список литературных источников

Приложения



Организационная структура проекта

Этапы выполнения и защиты:

В процессе проведения стратегического анализа, проектными группами разрабатывается корпоративная (портфельная) стратегия, включающая функциональные стратегии (маркетинговую, управления персоналом, финансовую и производственную) в виде системы стратегических планов и программ, разработанных на основе системного стратегического анализа.

Разработанный проект «**Бизнес-план корпоративной стратегии организации**» представляется в течение 20-30 минут в виде презентации.

Основными принципами презентации являются: систематичность, структуризация материалов, логичность, лаконичность всех письменных пояснений, аккуратность и эстетичность оформления, целостность, наглядность, обоснованность, тематическая завершенность материалов проекта.

При выполнении проекта, дипломных и курсовых работ рекомендуется воспользоваться источниками основной литературы, нормативными документами, а также лекциями по дисциплинам: «Корпоративное стратегическое управление», «Стратегический менеджмент», «Управление организационными изменениями», «Антикризисное управление», «Маркетинг», «Инвестиции», «Управление персоналом», «Производственный менеджмент», «Финансовый менеджмент» и др.

Результат выполнения проекта – разработанный план стратегического развития организации.

Оцениваемые позиции:

Степень (активность) участия в проекте.

Правильность выполнения, оформления и представления заданий.

Презентация проекта.

Перечень вопросов к защите курсовой работы.

1. Каковы логика, процесс и последовательность формирования основных элементов корпоративной (портфельной) стратегии организации.
 2. Разработка корпоративной миссии. Цель. Структура. Формы. КФУ. Фактор времени. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
 3. Каковы логика, методы, процессы и процедуры разработки и выбора альтернативных стратегических планов, направленных на выполнение корпоративной миссии организации.
 4. Стратегический анализ рынка позиционирования организации. Цель. Структура. Логика. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
 5. Анализ конкурентоспособности организации. Цель. Структура. Подходы. Методы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
 6. Анализ и оценка конкурентных преимуществ организации. Цель. Структура. Подходы. Методы. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
 7. Методы и методики анализа ближней внешней среды организации. Цель. Структура. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
 8. Методы и методики анализа дальней внешней среды организации. Цель. Структура. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
 9. Методы и методика анализа внутренней среды организации. Цель. Структура. Логика. Процесс. Процедура. Результат.
 10. Разработка альтернативных стратегических планов, направленных на выполнение миссии организации на основе ситуационного стратегического анализа её внешней и внутренней сред. Цель. Логика. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
 11. Разработка маркетинговой стратегии. Цель. Логика. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
 12. Разработка стратегии управления персоналом. Цель. Логика. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
 13. Разработка финансовой стратегии. Цель. Логика. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
 14. Разработка производственной стратегии. Цель. Логика. Методы. Методика. Процесс. Процедура. Результат.
-