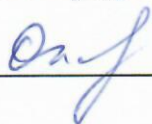


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич
Должность: Директор
Дата подписания: 15.12.2021 13:42:02
Уникальный программный ключ:
b683afe664d7e9f64175886cf9626a198149ad56

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет Экономический
Кафедра Экономики и управления

Утверждено
на заседании кафедры
протокол № 1 от 29.08.2018
Зав. кафедрой
 Опарина Т.А.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

дисциплина Стратегический менеджмент

Блок Б1, вариативная часть, Б1.В.15

цикл дисциплины и его часть (базовая, вариативная, дисциплина по выбору)

Направление

38.03.03 Управление персоналом
код наименование направления или специальности

Программа

Управление персоналом

Разработчик (составитель)
к.э.н., доцент
Т.А. Опарина
ученая степень, ученое звание, ФИО


подпись

29.08.2018
дата

Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).....	3
1.1. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы.....	3
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....	3
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	3
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	4
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам).....	5
5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	9
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	12
6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	14
6.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	20
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....	22
7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	22
7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	22
7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	23
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	23
9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	24

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

1.1. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший программу высшего образования, в рамках изучаемой дисциплины, должен обладать компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа:

1. Знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике (ПК-1).

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Этапы формирования компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
Знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике (ПК-1)	1 этап: Знания	Обучающийся должен знать: основы стратегического управления предприятием, в том числе персоналом и умением применять их на практике
	2 этап: Умения	Обучающийся должен уметь: применять процесс стратегического планирования при разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций; разрабатывать стратегии формирования и развития трудового потенциала и интеллектуального капитала предприятия
	3 этап: Владения (навыки / опыт деятельности)	Обучающийся должен владеть: навыками разработки стратегии управления персоналом

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина реализуется в рамках вариативной части.

Данную учебную дисциплину дополняет последующее или параллельное освоение следующих дисциплин: «Управление конкурентоспособностью организации», «Инновационный менеджмент».

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5-6 семестрах.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зачетных единиц (з.е.), 180 академических часов

Объем дисциплины	Всего часов
	Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	13,7
лекций	6
практических	6
лабораторных	
контроль самостоятельной работы	
формы контактной работы, в том числе:	1,7
выполнение курсовых работ	-
выполнение контрольных работ	0,5
консультация перед экзаменом	1
прием экзамена (зачета)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СРС)	158,5
Учебных часов на контроль:	
экзамен	7,8

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

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование раздела /темы дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
		Контактная работа с преподавателем			СРС
		Лек	Сем/Пр	Лаб	
1	Теория и практика стратегического планирования и управления	4	2		81,5
1.1.	Стратегическое планирование и управление	2			11
1.2.	Этапы развития стратегического управления				11
1.3.	Характеристика процесса и основных этапов стратегического управления организацией	2			12
1.4.	Характеристика видов управления в стратегическом менеджменте предприятия				12
1.5.	Объекты стратегического управления и их характеристика		2		12
1.6.	Анализ внешнего окружения предприятия				12
1.7.	Модели анализа стратегического потенциала предприятия	2			11,5
2	Процесс реализации стратегии и оценка его результатов	2	4		77

2.1.	Матрицы и модели стратегического анализа предприятия		2		9
2.2.	Матрицы и модели анализа конкуренции. Стратегии конкуренции и диверсификации		2		9
2.3.	Механизм реализации стратегии				9
2.4.	Стратегический контроллинг				9
2.5.	Стратегический менеджмент в условиях изменений				9
2.6.	Стратегический маркетинг				11
2.7.	Управление стратегическими альянсами: теория и практика реализации				11
	Выполнение контрольной работы				10
	ИТОГО	6	6		158,5

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Лекционный курс

№	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
1.	Теория и практика стратегического планирования и управления	
1.1.	Стратегическое планирование и управление	Общая характеристика стратегического планирования, внешняя и внутренняя среда организации, отрасль и бизнес организации, видение, миссия, цели, стратегия, внедрение стратегии, стратегический контроль, организационная культура. Взаимосвязь этики бизнеса и стратегии организации
1.2.	Этапы развития стратегического управления	Этапы развития стратегического подхода. Основные категории стратегического менеджмента: стратегическое и оперативное (тактическое) управление
1.3.	Характеристика процесса и основных этапов стратегического управления организацией	Общий обзор и характеристика элементов процесса, разработка стратегии организации: конкретизация и формализация стратегического видения; определение миссии и концепции бизнеса организации. Установление целей и их общая характеристика. Стратегические и финансовые цели, их связь и отличие. Инструменты разработки стратегических целей: целевое управление, пирамида целей, дерево целей
1.4.	Характеристика видов управления в стратегическом менеджменте предприятия	Управление на основе стратегических задач. Управление по слабым сигналам. Управление в условиях стратегических неожиданностей. Стратегические планы и программы: их роль и состав. Детерминанты стратегических программ. Различие стратегических планов с точки зрения их генезиса: рациональные и интуитивные.
1.5.	Объекты стратегического управления и их характеристика	Три группы объектов стратегического управления. Предприятие в целом. Стратегическое поле бизнеса (хозяйствования). Стратегические единицы бизнеса и концепция сегментации рынка. Критерии выделения бизнес единиц. Функциональная сфера деятельности, подразделение. Теория стейкхолдеров.
1.6.	Анализ внешнего окружения предприятия	Анализ внешнего окружения организации. Понятия и основные факторы макросреды и глобальной среды организации, учитываемые при принятии стратегических управленческих решений. СВОТ – анализ, ПЕСТ – анализ, многофакторный анализ среды, как основные методы проведения анализа.

		Глобальная среда, тенденции ее развития и факторы, учитываемые при разработке стратегии организации.
1.7	Модели анализа стратегического потенциала предприятия	<p>Анализ ситуации в отрасли и конкуренции в ней (конкурентной среды). Общая оценка состояния развития и привлекательности отрасли для бизнеса. Позиционирование организации в отрасли и на рынке.</p> <p>Характеристики основных участников микросреды организации: потребителей, поставщиков, посредников, конкурентов, органов власти, общество.</p> <p>Методика построения модели пяти сил конкуренции М.Портера; Карты стратегических групп; Конкурентного профиля. Источники повышения конкурентоспособности организации. Модель национального ромба М.Портера и ее современная интерпретация.</p> <p>Конкурентные преимущества и рыночная позиция организации. Ключевые факторы успеха и движущие силы в отрасли. Методики их определения и оценки влияния на конкурентные позиции организации.</p> <p>Анализ внутренней среды (состояния) организации. Цели и задачи анализа, методика и инструментарий его проведения. Виды анализа ресурсов и возможностей организации: ресурсный, анализ компетенций; финансовый и кадровый потенциал организации; сильные и слабые стороны развития организации, ее позиции на рынке (СВОТ – анализ) и другие. Выявление стратегических проблем организации.</p>
2.	Процесс реализации стратегии и оценка его результатов	
2.1.	Матрицы и модели стратегического анализа предприятия	Факторы, влияющие на стратегический выбор: характеристика состояния отрасли; рыночная позиция организации; масштаб бизнеса; фактор времени; приемлемый уровень риска. Матрица направлений роста организации (рынок-продукты). Стратегии в зависимости от масштабов деятельности (малых, средних и крупных фирм). Матрицы стратегий по масштабам бизнеса. Стратегия на разных этапах жизненного цикла отрасли(зарождение, рост, зрелость, спад). Стратегия фирм, занимающих различные рыночные позиции(лидера, претендующего на лидера, следующего за лидером, окопавшиеся в нише). Портфельные методы и модели выбора стратегии. Матрица БКГ, Мак-Кинси
2.2.	Матрицы и модели анализа конкуренции. Стратегии конкуренции и диверсификации	<p>Сущность и виды конкуренции. Формирование конкурентных стратегий. Типы конкурентного преимущества: внутреннее и внешне.</p> <p>Модель пяти конкурентных стратегий М. Портера. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования на издержках или дифференциации. Стратегия оптимальных издержек. Их классическая и современная интерпретация. Инструменты выбора конкретных стратегий. Сущность и мотивы диверсификации. Виды стратегий диверсификации.</p>
2.3.	Механизм реализации стратегии	Организационное обеспечение реализации стратегии. Роль руководства в реализации стратегии. Роль организационной структуры в реализации стратегии. Роль человеческого фактора в реализации стратегии.
2.4.	Стратегический контроллинг	Контроль за реализацией стратегии. Требования к системе стратегического контроля. Характеристики эффективного контроля.
2.5.	Стратегический менеджмент в условиях изменений	Стратегические изменения. Эволюционная и революционная модели изменений. Эволюционные изменения в рамках организационного развития. Понятие и основные этапы организационного развития. Хозяйственный реинжиниринг. Сопоставление подходов. Стратегии изменений: стратегия основанная на переговорах; директивная стратегия; нормативная стратегия; аналитическая стратегия; стратегия

		ориентированная на действие. Сопротивление изменениям и методы его преодоления. Управление изменениями в российских организациях. Эффективность стратегического менеджмента и лидеры стратегических изменений.
2.6.	Стратегический маркетинг	Маркетинговая стратегия, определение, основные компоненты, их виды и характеристики. Стратегии маркетинга в зависимости от характера спроса на рынке.
2.7.	Управление стратегическими альянсами: теория и практика реализации	Теоретические и практические аспекты формирования и развития стратегических альянсов. Классификация стратегических альянсов. Жизненный цикл стратегического альянса. Содержание процесса управления функционированием альянса.

Курс практических (семинарских) занятий

№	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
1.	Теория и практика стратегического планирования и управления	
1.1.	Стратегическое планирование и управление	<ol style="list-style-type: none"> 1. История становления и развития стратегического планирования и управления. 2. Понятие стратегии развития предприятия. Классификация стратегий. 3. Модель гарвардской школы. 4. Модель И. Ансоффа. 5. Модель Г. Стейнера. 6. Модель К. Боумэна. 7. Подходы к процессу разработки стратегии предприятия: корпоративное планирование, итеративное планирование, интуитивное планирование, хаотическое планирование. 8. Школа дизайна, школа планирования. 9. Школа предпринимательства, школа позиционирования. 10. Когнитивная школа, школа обучения, школа власти. 11. Школа культуры, школа внешней среды, школа конфигурации. 12. Этапы формирования стратегического плана. <p>Тестирование</p>
1.2.	Этапы развития стратегического управления	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность стратегического менеджмента. 2. Особенности стратегических решений. 3. Функции стратегического менеджмента: планирование стратегии, организация выполнения стратегических планов, координация действий по реализации стратегических задач, мотивация на достижение стратегических результатов, контроль за процессом выполнения стратегии. 4. Принципы и методы стратегического управления. 5. Управленческие системы: бюджетно-финансовый контроль. 6. Управление на основе экстраполяции. 7. Предвидение изменений. 8. Управление на основе гибких экстренных решений. <p>Тестирование</p>
1.3.	Характеристика процесса и основных этапов стратегического управления организацией	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составляющие стратегического управления: видение, сфера бизнеса, линия, общественно значимая роль, стратегия, программа, планы. 2. Этапы стратегического управления: анализ среды, определение миссии и целей организации, формирование и выбор стратегии, реализация стратегии, оценка и контроль выполнения стратегии. 3. Итеративность (цикличность) процесса разработки стратегии. 4. Мониторинг и корректировка стратегических решений и планов. <p>Тестирование</p>

1.4.	Характеристика видов управления в стратегическом менеджменте предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Управление на основе стратегических задач. 2. Управление по слабым сигналам. 3. Управление в условиях стратегических неожиданностей. 4. Стратегические планы и программы: их роль и состав. 5. Детерминанты стратегических программ. Различие стратегических планов с точки зрения их генезиса: рациональные и интуитивные.
1.5.	Объекты стратегического управления и их характеристика	<ol style="list-style-type: none"> 1. Три группы объектов стратегического управления. Предприятие в целом. 2. Стратегическое поле бизнеса (хозяйствования). 3. Стратегические единицы бизнеса и концепция сегментации рынка. 4. Критерии выделения бизнес единиц. 5. Функциональная сфера деятельности, подразделение. 6. Теория стейкхолдеров.
1.6.	Анализ внешнего окружения предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составляющие и типы внешней среды. 2. Методы оценки внешнего окружения предприятия: PEST-анализ. 3. SWOT-анализ. 4. Метод «5» на «5». 5. Метод позиционирования. 6. Модели прогнозирования. 7. Сценарный анализ. <p>Тестирование</p>
1.7	Модели анализа стратегического потенциала предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цели, принципы и методы анализа. 2. Анализ стратегического потенциала предприятия и стратегических ресурсов. 3. Структура управленческого анализа: система Мак Кинси. 4. «Цепочка ценностей» М. Портера. 5. Диаграмма Р. Омаэ. <p>Тестирование. Контрольная работа по разделу</p>
2.	Процесс реализации стратегии и оценка его результатов	
2.1.	Матрицы и модели стратегического анализа предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и этапы портфельного анализа. 2. Матрица БКГ. 3. Модифицированная матрица БКГ. 4. Матрица General Electric. 5. Матрица направленной политики Shell. 6. Анализ уровня влияния избранной стратегии на величины прибыльности и наличности (PIMS – анализ). 7. Матрицы и модели выбора функциональных стратегий (матрица выбора маркетинговой стратегии, модель северной школы маркетинга услуг, матрица выбора инновационной стратегии, матрица формирования портфеля технологий, график прибыльности «Майсигмы», матрица выбора финансовой стратегии). 8. Критерии отбора стратегических альтернатив. <p>Тестирование</p>
2.2.	Матрицы и модели анализа конкуренции. Стратегии конкуренции и диверсификации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Структура и масштабы конкуренции. 2. Концепция движущих сил. 3. Концепция стратегических групп. 4. Анализ ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе. 5. Стратегии конкуренции. 6. Цели и мотивы диверсификации. 7. Виды диверсификации. 8. Стратегии глобальной диверсификации. <p>Тестирование</p>
2.3.	Механизм реализации стратегии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составляющие процесса выполнения стратегии. 2. Создание жизнеспособной организации: персонал и стратегия, приведение организационной структуры в соответствие со

		<p>стратегией, роль реинжиниринга бизнес-процессов в усовершенствовании стратегии.</p> <p>3. Система управленческих инструментов реализации стратегии: бюджет фирмы, политики, процедуры, системы вознаграждения.</p> <p>4. Создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию фирмы.</p> <p>5. Модели анализа влияния корпоративной культуры на эффективность ее функционирования (модель Сате, модель Питерса и Уотермана, система конкурирующих ценностей Квина и Рорбаха.</p>
2.4.	Стратегический контроллинг	<p>1. Сущность стратегической эффективности.</p> <p>2. Стратегический контроллинг.</p> <p>3. Организация отдела стратегического развития.</p> <p>4. Стратегическое лидерство.</p>
2.5.	Стратегический менеджмент в условиях изменений	<p>1. Понятие и признаки организационного сопротивления.</p> <p>2. Диагностика индивидуального и группового сопротивления.</p> <p>3. Сопротивление системы.</p> <p>4. Определение общих способностей к управлению.</p> <p>5. Методы управления в условиях спонтанных (прерывистых) изменений.</p>
2.6.	Стратегический маркетинг	<p>1. Концепция стратегического маркетинга.</p> <p>2. Задачи и функции стратегического маркетинга.</p> <p>3. Методы и модели стратегического маркетинга.</p> <p>4. Стратегии маркетинга на предприятии.</p> <p>5. Маркетинговые программы.</p>
2.7.	Управление стратегическими альянсами: теория и практика реализации	<p>1. Теоретические и практические аспекты формирования и развития стратегических альянсов.</p> <p>2. Классификация стратегических альянсов.</p> <p>3. Жизненный цикл стратегического альянса.</p> <p>4. Содержание процесса управления функционированием стратегических альянсов.</p> <p>Тестирование. Контрольная работа по разделу</p>

5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы для самостоятельного изучения (проверка осуществляется в форме устного опроса)

1. Подходы к процессу разработки стратегии предприятия: корпоративное планирование, итеративное планирование, интуитивное планирование, хаотическое планирование. (Тема 1.1)
2. Управленческие системы. (Тема 1.2)
3. Итеративность (цикличность) процесса разработки стратегии. (Тема 1.3)
4. Детерминанты стратегических программ. Различие стратегических планов с точки зрения их генезиса: рациональные и интуитивные. (Тема 1.4)
5. Теория стейкхолдеров. (Тема 1.5)
6. Диаграмма Р. Омаэ. (Тема 1.7)
7. Критерии отбора стратегических альтернатив. (Тема 2.1)
8. Модели анализа влияния корпоративной культуры на эффективность ее функционирования (модель Сате, модель Питерса и Уотермана, система конкурирующих ценностей Квина и Рорбаха.. (Тема 2.3)
9. Методы управления в условиях спонтанных (прерывистых) изменений. (Тема 2.5)
10. Содержание процесса управления функционированием стратегических альянсов. (Тема 2.7)

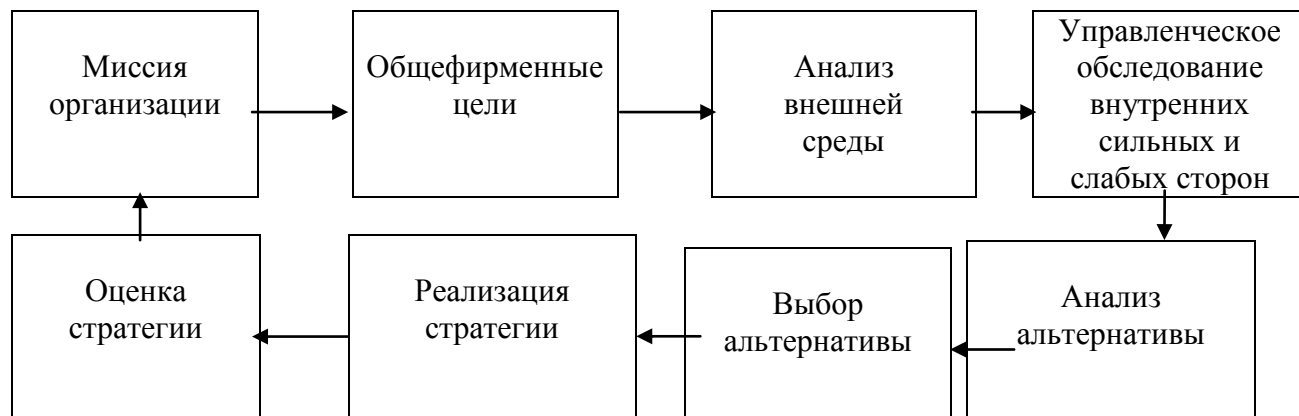
Кроме вышеизложенного студенты выполняют следующие **индивидуальные самостоятельные задания** (индивидуальные задания выполняются письменно)

1. Задание (Тема 1.1)

Как различается процесс планирования в данных трех ситуациях:

- а) крупная многофункциональная нефтяная корпорация;
- б) крупная городская больница;
- в) небольшой сельский колледж.

Схема стратегического планирования:



2.Задание (Тема 1.5)

1.Выявите факторы среды, оказывающие влияние на ваше учебное заведение. Опишите их.

2.С точки зрения модели пяти конкурентных сил Портера определите потенциальных потребителей и конкурентов вашего учебного заведения.

3.Какие возможности и угрозы существуют для вашего учебного заведения со стороны факторов внешнего воздействия? Опишите.

3.Задание (Тема 1.6)

1.Выявите сильные и слабые стороны вашего учебного заведения. Опишите их.

2.Используя анализ воздействующих сил, определите среди них продвигающие и противодействующие. Приведите примеры.

3.Оцените эти силы. Определите две наиболее мощные продвигающие силы и две противодействующие силы.

4.Задание (Тема 2.2)

Краткие теоретические сведения:

Перед организацией стоят 4 основные стратегические альтернативы:

- а) ограниченный рост – её придерживается большинство организаций. Для неё характерно установление целей от достигнутого, скорректированных с учётом инфляции она применяется в зрелых отраслях промышленности со статичной (постоянной) технологией (машиностроение, угольная, добывающая промышленности), которые в основном удовлетворены своим положением. Это самый лёгкий, менее рискованный и наиболее удобный способ действий;
- б) рост – осуществляется путём ежегодного, значительного повышения долгосрочных целей над уровнем показателей прошлого года. Это вторая, наиболее часто выбираемая альтернатива. Она используется в динамично развивающихся отраслях с

быстро изменяющимися технологиями. Её часто придерживаются руководители, стремящиеся к диверсификации, чтобы покинуть рынки, пребывающие в застое. Рост может быть внутренним или внешним. **Внутренний рост** – это расширение ассортимента товаров. **Внешний рост** – это территориальное расширение компании или объединение нескольких компаний в одну;

- в) сокращение – её реже всего выбирают руководители, т.к. она считается стратегией последнего средства. Здесь уровень целей устанавливается ниже достигнутого в прошлом. Для многих компаний это означает полную переориентацию производства.
- г) сочетание – её придерживаются крупные фирмы, которые работают в нескольких отраслях. Это объединение любых из трёх выше названных стратегий.

5. Задание (Тема 2.3)

- 1.1 Какие стратегии (рост, ограниченный рост, сокращение или сочетание) целесообразно использовать фирме, чтобы удовлетворить нужды фирм по прокату рабочей одежды и нужды конечных потребителей? Аргументируйте свой ответ.
- 1.2 Назовите характеристики организации, которые позволяют ей достичь преимуществ при реализации данных стратегии.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.	2.	3.				Вид оценочного средства
		неуд.	удовл.	хорошо	отлично	
Знанием основ разработки и реализации концепции управления персоналом, кадровой политики организации, основ стратегического управления персоналом, основ формирования и использования трудового потенциала и интеллектуального капитала организации, отдельного работника, а также основ управления интеллектуальной собственностью и умение применять их на практике (ПК-1)	1 этап: Знания	Не знает основ стратегического менеджмента	Знает некоторые подходы к разработке философии и концепции управления персоналом, кадровой и социальной политики в соответствии со стратегическими планами организации	Хорошо знает процесс разработки философии и концепции управления персоналом, кадровой и социальной политики в соответствии со стратегическими планами организации	Обладает отличными знаниями стратегического менеджмента, основ стратегического управления персоналом, которые можно применить при разработке стратегии управления персоналом организации, направленной на формирование конкурентоспособного трудового потенциала, а также обеспечение ее эффективной реализации	Устный опрос
	2 этап: Умения	Отсутствует умение формирования и использования персонала в процессе разработки стратегии	Умеет использовать стратегические альтернативы управления персоналом, соответствующие стратегическим планам организации	Умеет подобрать и оценить возможности реализации различных стратегий управления персоналом организации в соответствии со стратегическими планами организации	Умеет, ориентируясь на актуальные проблемы теории и практики стратегического управления организацией и кадровой политики государства и организации, принять активное участие в разработке	Тестирование Выполнение индивидуального задания (сам. работа) (см. раздел 5)

					философии и концепции управления персоналом, кадровой и социальной политики в соответствии со стратегическими планами организации	
	3 этап: Владения (навыки / опыт деятельности)	Не владеет навыками планирования и разработке стратегий управления человеческими ресурсами	Владеет навыками оценки сопротивления персонала стратегическим изменением в организации и способах его снижения	Владеет навыками разрабатывать собственные рекомендации по повышению эффективности реализации стратегии управления персоналом организации	Владеет навыками осуществлять разработку инновационных подходов к управлению персоналом для решения задач в сфере стратегического менеджмента	Контрольная работа

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

Перечень вопросов для оценки уровня сформированности компетенции **ПК-1** на этапе «Знания»:

1. История становления и развития стратегического планирования и управления.
2. Понятие стратегии развития предприятия. Классификация стратегий.
3. Модель гарвардской школы.
4. Модель И. Ансоффа.
5. Модель Г. Стейнера.
6. Модель К. Боумэна.
7. Подходы к процессу разработки стратегии предприятия: корпоративное планирование, итеративное планирование, интуитивное планирование, хаотическое планирование.
8. Школа дизайна, школа планирования.
9. Школа предпринимательства, школа позиционирования.
10. Когнитивная школа, школа обучения, школа власти.
11. Школа культуры, школа внешней среды, школа конфигурации.
12. Сущность стратегического менеджмента.
13. Особенности стратегических решений.
14. Функции стратегического менеджмента: планирование стратегии, организация выполнения стратегических планов, координация действий по реализации стратегических задач, мотивация на достижение стратегических результатов, контроль за процессом выполнения стратегии.
15. Принципы и методы стратегического управления.
16. Управленческие системы: бюджетно-финансовый контроль.
17. Управление на основе экстраполяции.
18. Предвидение изменений.
19. Управление на основе гибких экстренных решений.
20. Управление на основе стратегических задач.
21. Управление по слабым сигналам.
22. Управление в условиях стратегических неожиданностей.
23. Стратегические планы и программы: их роль и состав.
24. Детерминанты стратегических программ. Различие стратегических планов с точки зрения их генезиса: рациональные и интуитивные.
25. Теоретические и практические аспекты формирования и развития стратегических альянсов.
26. Классификация стратегических альянсов.
27. Жизненный цикл стратегического альянса.
28. Содержание процесса управления функционированием стратегических альянсов.

Тестовые задания

Тесты для оценки уровня сформированности компетенции **ПК-1** на этапе «Умения»:

№ вопроса	Варианты ответа	Содержание вопроса и варианты ответов
1		СТРАТЕГИЯ - это
	А	составная часть военного искусства, представляющая ее высшую область, которая

		охватывает вопросы теории и практики подготовки вооруженных сил к войне и ее ведения; тесно связана с политикой государства и находится в непосредственной от нее зависимости;
	В	исследование сценариев развития будущего организации; обоснованная идея, дающая преимущество в конкурентной борьбе; стратегическая альтернатива с установлением целей; общий всесторонний план их достижения; комплексный план, предназначенный для осуществления миссии организации как совокупность ориентиров ее деятельности;
	С	искусство руководства общественной, политической борьбой; общий план ведения этой борьбы, исходящий из расстановки и соотношения основных классовых, политических сил на данном этапе исторического развития.
	Д	система всеобъемлющего контроля с отслеживанием ориентиров; система инновационной политики; высокая степень использования потенциалов; гибкая политика кадров; приведение в соответствие системы управления, целей и организационных структур.
2		Стратегический менеджмент представляет собой
	А	управление производством или коммерцией; совокупность принципов, методов, средств и форм управления, разрабатываемых и применяемых с целью повышения эффективности производства и увеличения прибыли;
	В	управление самостоятельным направлением деятельности без создания организации;
	С	теорию и практику обеспечения стратегической конкурентоспособности и эффективности решений путем разработки стратегии организации при возложении ответственности за эту работу на ее руководителей;
	Д	деятельность по управлению организацией в условиях рынка.
3		Структура стратегического менеджмента включает в себя
	А	стратегию и структуризацию проблемы, анализ альтернатив и выбор стратегии;
	В	анализ внешней и внутренней среды организации;
	С	стратегическое планирование и управление реализацией стратегии;
	Д	все выше перечисленное вместе взятое.
4		Основными направлениями анализа среды являются:
	А	анализ конкурентных преимуществ фирмы;
	В	анализ макросреды (внешней среды) организации;
	С	анализ непосредственного окружения;
	Д	анализ внутренней среды организации.
5		Внешняя среда организации – это
	А	факторы, условия, силы и субъекты, влияющие на расход ресурсов, риски, эффективность и общую ситуацию в муниципальном образовании, отрасли, предприятии и т.п. извне, и не принадлежащие данному муниципальному образованию, отрасли, предприятию;
	В	совокупность активных субъектов и сил, действующих за их пределами, не поддающихся контролю со стороны организации и влияющих на ее возможности устанавливать и поддерживать отношения с субъектами внешнего окружения для достижения своих стратегических целей;
	С	компоненты макросреды, инфраструктуры региона и микросреды фирмы, оказывающие прямое или косвенное влияние на устойчивость, эффективность и конкурентоспособность фирмы;
	Д	все выше перечисленное вместе взятое.
6		Клиенты - это
	А	это юридические и физические лица, обеспечивающие фирму и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров, выполнения работ и оказания услуг;
	В	юридические и физические лица, получающие какие-либо услуги;
	С	фирмы или организации, вступающие в борьбу с рассматриваемой фирмой за удовлетворение потребностей потребителей на том или ином рынке;

	D	любые юридические и физические лица, находящиеся в пределах рынка.
7		Поставщики – это
	A	юридические и физические лица, любое лицо, получающие какие-либо услуги;
	B	фирмы или организации, вступающие в борьбу с рассматриваемой фирмой за удовлетворение потребностей потребителей на том или ином рынке;
	C	любые юридические и физические лица, находящиеся в пределах рынка;
	D	юридические и физические лица, обеспечивающие фирму и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров, выполнения работ и оказания услуг.
8		Конкуренты – это
	A	юридические и физические лица, любое лицо, получающие какие-либо услуги;
	B	любые юридические и физические лица, находящиеся в пределах рынка;
	C	фирмы или организации, вступающие в борьбу с рассматриваемой фирмой за удовлетворение потребностей потребителей на том или ином рынке;
	D	юридические и физические лица, обеспечивающие фирму и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров, выполнения работ и оказания услуг.
9		Анализ внешней среды организации представляет собой
	A	разложение целого на элементы и последующее установление взаимосвязей между ними с целью повышения качества прогнозирования, оптимизации, обоснования, планирования и оперативного управления реализацией управленческого решения по развитию объекта;
	B	процесс расчленения целого на части; включен во все акты практического и познавательного взаимодействия организма со средой;
	C	процесс, осуществляя который можно установить влияющие на нее извне факторы, чтобы определить возможности и угрозы;
	D	комплексный анализ, имеющий своей целью выявление слабых и сильных сторон фирмы (страны), ее возможностей и угроз ее положению на рынке.
10		Анализ внутренней среды организации представляет собой изучение
	A	маркетинга, финансового состояния и производства организации;
	B	людских ресурсов, имиджа, культуры организации;
	C	рынка, продвижения товара;
	D	все выше перечисленное вместе взятое.
11		Альтернатива — это
	A	противоречия, содержащиеся в предлагаемых стратегических решениях;
	B	необходимость выбора одного из двух или нескольких возможных решений, направлений, нужных вариантов;
	C	новые, оригинальные варианты решения проблемы, лежащей в основе конфликта, которые отличаются от подходов, ранее предлагавшихся сторонами в ходе развития конфликта;
	D	все выше перечисленное вместе взятое.
12		Конкурентная борьба - это
	A	завоевание более прочных позиций на рынке по сравнению с конкурентами;
	B	способность производства как сложной открытой организационно-экономической системы выпускать конкурентоспособную продукцию;
	C	способы поведения конкурирующих фирм на рынке с целью реализации ими конкурентных преимуществ;
	D	все выше перечисленное вместе взятое.
13		Конкурентное преимущество — это
	A	способность фирмы выпускать конкурентоспособную продукцию, преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами;
	B	борьба между социальными субъектами, прежде всего классами за лучшие условия существования, в том числе за более выгодные условия производства и сбыта товаров и получение наивысшей прибыли;
	C	завоевание более прочных позиций на рынке по сравнению с конкурентами;

	D	все выше перечисленное вместе взятое.
14		Конкурентоспособность товара — это
	A	завоевание более прочных позиций на рынке по сравнению с конкурентами;
	B	превосходство над конкурирующими аналогами как по степени удовлетворения потребностей, так и по суммарным затратам потребителя на приобретение и пользование товаром;
	C	борьба между социальными субъектами, прежде всего классами за лучшие условия существования, в том числе за более выгодные условия производства и сбыта товаров и получение наивысшей прибыли (экономическая конкуренция);
	D	одна из основных форм организации межличностного взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей, интересов в условиях противоборства с добивающимися этих же целей и интересов других индивидов или групп.
15		Конкурентоспособность фирмы представляет собой
	A	совокупность компонентов, характеризующих отдельные сферы страны и оказывающих прямое или косвенное влияние на устойчивость, эффективность и конкурентоспособность фирмы.
	B	борьбу между социальными субъектами, прежде всего классами за лучшие условия существования, в том числе за более выгодные условия производства и сбыта товаров и получение наивысшей прибыли (экономическая конкуренция).
	C	способность фирмы выпускать конкурентоспособную продукцию, преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами;
	D	завоевание более прочных позиций на рынке по сравнению с конкурентами.
16		Критерии привлекательности рынка:
	A	
	B	
	C	
	D	
17		Монополия - это
	A	схожесть области использования, продажа в определенном диапазоне цен;
	B	реализация через одни и те же торговые заведения;
	C	абсолютное преобладание в экономике единоличного производителя или продавца продукции;
	D	группа товаров, объединяемых по следующим признакам и предназначение для одних и тех же сегментов покупателей.
18		К интегральной оценке конкурентных преимуществ применяют подходы
	A	регулятивный;
	B	системный;
	C	комплексный;
	D	нормативный;
19		SWOT-анализ представляет собой
	A	попытку найти методы разработки стратегии и методы управления, позволяющие привести дела в соответствие с наиболее высоким уровнем притязаний;
	B	анализ сильных и слабых сторон фирмы с целью оценки ее возможностей и выявления потенциальных угроз при разработке стратегического плана маркетинга по отношению к

		целевому (планируемому) рынку;
	С	Теорию о том, что компания, государственное учреждение или какая-нибудь другая организация должны стремиться и уметь приспособить свои действия к требованиям покупателей;
	Д	метод анализа влияния рыночной стратегии на прибыль.
20		Надежность товара определяется его
	А	конкурентноспособностью;
	В	ремонтпригодностью;
	С	сохраняемостью;
	Д	долговечностью.

Контрольные работы для оценки уровня сформированности компетенции **ПК-1** на этапе «Владения»:

Контрольная работа по 1 разделу

1. Анализ стратегических факторов внешней среды.
2. Бизнес-план как форма представления стратегии развития объекта управления.
3. Выполнение и контроль стратегии.
4. Диагностика (мониторинг) системы стратегического управления.
5. Диверсификация, дифференциация, интеграция: сущность, мотивы и способы применения.
6. Жизненный цикл отрасли и стратегия предприятия.
7. Конкурентные преимущества: содержание, методы оценки и использования.
8. Конкурентный анализ в стратегическом менеджменте.
9. Контроль и регулирование процесса разработки стратегического плана организации.
10. Методы реагирования на изменения внешней среды.

Контрольные работы для оценки уровня сформированности компетенции **ПК-1** на этапе «Владения»:

Контрольная работа по 2 разделу

1. Проведите продуктово-рыночный анализ на примере конкретно действующей на российском рынке организации.
2. Выделите и проранжируйте группу факторов макросреды, наиболее существенно влияющих на деятельность конкретно действующей на российском рынке организации.
3. Выберите известный Вам отраслевой рынок и проведите конкурентный анализ сложившейся на нем ситуации на примере конкретно действующей на российском рынке организации.

Задание 1

Провести анализ закрепления и анализ приверженности по отношению к предприятию А, производящему молочные продукты: сметану, йогурт, творог, сырковую массу, молоко пастеризованное. У данного предприятия имеется 5 конкурентов (Б, В, Г, Д, Е), выпускающих аналогичные -продукты и имеющих разные доли на рынке каждого из указанных продуктов.

Смоделировать конкретную ситуацию путем ввода условных данных (бальная оценка от 1 до 10) по анализируемому предприятию, предприятиям-конкурентам и видам продукции:

- уровень значимых для покупателей качественных характеристик продукта;
- уровень значимости для покупателей соответствующих качественных характеристик;
- приверженность потребителей продукции предприятия;
- уровень проникновения предприятия на рынок соответствующих продуктов.

Задание 2

На основании матрицы «Дженерал-Электрик» - «Мак-Кинзи» определить стратегическое положение предприятия»А», а также его конкурентов, предприятий Б, В, Г, Д. Предприятия выпускают следующие виды продукции: стенка мебельная, стол письменный, шкаф офисный, уголок школьника, парта школьная.

Смоделировать конкретную ситуацию путем ввода условных данных (бальная оценка от 1 до 10), а также соответствующих весовых значений факторов.

По рынкам отдельных видов продукции:

- размер рынка и темпы роста;
- сезонные и циклические колебания;
- технологическое состояние;
- интенсивность конкуренции;
- новые возможности и угрозы;
- потребность в капитале;
- прибыльность отрасли;
- социальные, политические факторы, государственное регулирование, факторы окружающей среды;

По анализируемому предприятию, предприятиям-конкурентам и видам продукции:

- относительная доля рынка;
- способность конкурировать по качеству товаров и ценам;
- знание потребителя и рынка;
- технические возможности;
- уровень управления;
- уровень прибыльности по отношению к конкурентам.

Перечень вопросов к экзамену

1. История становления и развития стратегического планирования и управления.
2. Понятие стратегии развития предприятия. Классификация стратегий.
3. Модель И. Ансоффа.
4. Модель Г. Стейнера.
5. Модель К. Боумэна.
6. Этапы формирования стратегического плана.
7. Школа дизайна, прогнозирования и предпринимательства.
8. Школа обучения, власти, окружающей среды.
9. Школа культуры, когнитивная школа и школа конфигурации.
10. Сущность и функции стратегического менеджмента: планирование стратегии, организация выполнения стратегических планов, координация действий по реализации стратегических задач, мотивация на достижение стратегических результатов, контроль за процессом выполнения стратегии.
11. Структура организации и стратегическая сегментация.
12. Бюджетно-финансовый контроль.

13. Управление на основе экстраполяции.
14. Управление на основе предвидение изменений.
15. Управление на основе гибких экстренных решений.
16. Составляющие стратегического управления: видение, сфера бизнеса, линия, или общественно значимая роль, стратегия, программа и планы.
17. Этапы стратегического управления: анализ среды, определение миссии и целей организации; формирование и выбор стратегии, реализация стратегии, оценка и контроль выполнения стратегии.
18. Три группы объектов стратегического управления.
19. Управление на основе решения стратегических задач.
20. Управление по слабым сигналам.
21. Управление в условиях стратегических неожиданностей.
22. Принципы стратегического управления.
23. Составляющие и типы внешней среды.
24. PEST-анализ.
25. SWOT-анализ.
26. Метод «5» на «5».
27. Метод позиционирования.
28. Анализ стратегического потенциала предприятия и стратегических ресурсов.
29. Система Мак Кинси.
30. «Цепочка ценностей» М. Портера.
31. Диаграмма Р. Омаэ.
32. Цели и этапы портфельного анализа.
33. Матрица БКГ.
34. Матрица General Electric.
35. Матрица направленной политики Shell.
36. Анализ уровня влияния избранной стратегии на величины прибыльности и наличности (PIMS – анализ).
37. Матрицы и модели выбора функциональных стратегий.
38. Концепция стратегических групп.
39. Стратегии конкуренции.
40. Цели и мотивы диверсификации.
41. Виды диверсификации.
42. Модель Сате.
43. Модель Питерса и Уотермана.
44. Система конкурирующих ценностей Квина и Рорбаха.
45. Стратегический контроллинг.
46. Стратегическое лидерство.
47. Понятие и признаки организационного сопротивления.
48. Диагностика индивидуального и группового сопротивления.
49. Задачи и функции стратегического маркетинга.
50. Методы и модели стратегического маркетинга.

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

Рейтинг-план дисциплины

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Раздел 1				
Текущий контроль				

1. Устный опрос	5	3	0	15
2. Тестирование	5	1	0	5
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа	15	1	0	15
Раздел 2				
Текущий контроль				
1. Устный опрос	5	3	0	15
2. Тестирование	5	1	0	5
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа	15	1	0	15
Поощрительные баллы				10
1. Студенческая олимпиада				
2. Публикация статей				
3. Участие в конференции				
4. Активная работа на аудиторных занятиях				
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических занятий			0	-10
Итоговый контроль				
Экзамен	30		0	30

Объем и уровень сформированности компетенций целиком или на различных этапах у обучающихся оцениваются по результатам текущего контроля количественной оценкой, выраженной в рейтинговых баллах. Оценке подлежит каждое контрольное мероприятие.

При оценивании сформированности компетенций применяется четырехуровневая шкала «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

Максимальный балл по каждому виду оценочного средства определяется в рейтинг-плане и выражает полное (100%) освоение компетенции.

Уровень сформированности компетенции «хорошо» устанавливается в случае, когда объем выполненных заданий соответствующего оценочного средства составляет 80-100%; «удовлетворительно» – выполнено 40-80%; «неудовлетворительно» – выполнено 0-40%.

Рейтинговый балл за выполнение части или полного объема заданий соответствующего оценочного средства выставляется по формуле:

$$\text{Рейтинговый балл} = k \times \text{Максимальный балл},$$

где $k = 0,2$ при уровне освоения «неудовлетворительно», $k = 0,4$ при уровне освоения «удовлетворительно», $k = 0,8$ при уровне освоения «хорошо» и $k = 1$ при уровне освоения «отлично».

Оценка на этапе промежуточной аттестации выставляется согласно Положению о модульно-рейтинговой системе обучения и оценки успеваемости студентов БашГУ:

На экзамене и дифференцированном зачете выставляется оценка:

- отлично – при накоплении от 80 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
- хорошо – при накоплении от 60 до 79 рейтинговых баллов,
- удовлетворительно – при накоплении от 45 до 59 рейтинговых баллов,
- неудовлетворительно – при накоплении менее 45 рейтинговых баллов.

Критерии оценки контрольной работы

-Оценка «зачтено» ставится, если контрольная работа соответствует заданию; содержит правильное решение; выполнена на высоком теоретическом уровне; правильно оформлена; материал изложен конкретно, четко, грамотно, в полном объеме со ссылкой на законодательные и нормативно-правовые акты. Студент владеет материалом, может пояснить решение задач.

-Оценка «не зачтено» ставится, если контрольная работа не соответствует заданию; решение неверно; низкий теоретический уровень; отсутствует конкретность, четкость и грамотность изложения материала; оформление не соответствует требованиям. Студент не владеет материалом, не может пояснить решение задач.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная учебная литература:

1. Стратегический менеджмент / Панов А.И., Коробейников И.О., Панов В.А., - 3-е изд. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 303 с.: ISBN 5-238-01052-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882968> (дата обращения 25.08.2018).

Дополнительная учебная литература:

2. Стратегический менеджмент / Кузнецов Б.Т. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 623 с.: ISBN 978-5-238-01209-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882971> (дата обращения 25.08.2018).

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1.	Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM, договор с ООО «ЗНАНИУМ» № 3151эбс от 31.05.2018	До 03.06.2019
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online», договор с ООО «Нексмедиа» № 847 от 29.08.2017	До 01.10.2018
3.	Электронно-библиотечная система издательства «Лань», договор с ООО «Издательство «Лань» № 838 от 29.08.2017	До 01.10.2018
4.	База данных периодических изданий (на платформе East View EBSCO), договор с ООО «ИВИС» № 133-П 1650 от 03.07.2018	До 31.06.2019
5.	База данных периодических изданий на платформе Научной электронной библиотеки (eLibrary), Договор с ООО «РУНЭБ» № 1256 от 13.12.2017	До 31.12.2018
6.	Электронная база данных диссертаций РГБ, Договор с ФГБУ «РГБ» № 095/04/0220 от 6 дек. 2017 г.	До 07.12.2018
7.	Национальная электронная библиотека, Договор с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1438 от 13 апр. 2016 г.	Бессрочный
8.	Электронно-библиотечная система «ЭБ БашГУ», договор с ООО «Открытые библиотечные системы» № 095 от 01.09.2014	Бессрочный

№	Адрес (URL)	Описание страницы
1.	http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/StrategTerPlanning/komplstplanning/stsubject/	Министерство экономического развития

		РФ
--	--	----

7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Наименование программного обеспечения
1. Office Standard 2007
2. Windows 7

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Организация деятельности обучающегося
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятии) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Устный опрос	Устный опрос как контроль знаний студентов осуществляется в виде фронтальной и индивидуальной проверки. При фронтальном опросе за короткое время проверяется состояние знаний студентов всей группы по определенному вопросу или группе вопросов. Эта форма проверки используется для: выяснения готовности группы к изучению нового материала; определения сформированности понятий; проверки домашних заданий; поэтапной или окончательной проверки учебного материала, только что разобранный на занятии; при подготовке к выполнению практических и лабораторных работ. Индивидуальный устный опрос позволяет выявить правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, степень развития логического мышления, культуру речи студентов. Эта форма применяется для текущего и тематического учета, а также для отработки и развития экспериментальных умений студентов. Причем устную проверку считают эффективной, если она направлена на выявление осмысленности восприятия знаний и осознанности их использования, если она стимулирует самостоятельность и творческую активность студентов. Устный опрос осуществляется на каждом занятии, хотя оценивать знания студентов не обязательно. Главным в контроле знаний является определение проблемных мест в усвоении учебного материала и фиксирование внимания студентов на сложных понятиях, явлениях, процессах. В процессе устного опроса можно использовать коллективную работу группы, наиболее действенными приемами, которой являются: обращение с вопросом ко всей группе; конструирование ответа;

	рецензирование ответа; оценка ответа и ее обоснование; постановка вопросов студентами самими студентами; взаимопроверка; самопроверка.
Индивидуальные задания (самостоятельная работа)	Представляет собой продукт самостоятельной работы студента. Задание, позволяющее оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал. При работе над индивидуальным заданием студент должен использовать рекомендуемую литературу. В ходе подготовки индивидуального задания студент должен использовать информационно-справочные электронные базы данных.
Тестирование	Тестирование проводится по итогам 1 и 2 разделов перед контрольной работой. Студент при подготовке должен использовать, как лекционный материал, так и учебно-методический материал.
Контрольная работа	Для подготовки к контрольной работе студент должен использовать лекционный материал, материал практических занятий, а также знания, полученные при выполнении индивидуальных заданий. Также можно использовать рекомендуемую к изучению курса литературу.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, итоговые выводы на семинарских занятиях и др.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации №5	Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран настенный, учебно-наглядные пособия
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, кабинет банковского регулирования и надзора №33	Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран настенный
Читальный зал, помещение для самостоятельной работы №4	Учебная мебель, персональные компьютеры, учебно-наглядные пособия
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций №43	Учебная мебель, доска