

**Методические указания по выполнению
КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

**ТЕМА КУРСОВОЙ РАБОТЫ У ВСЕХ ОДНА–«РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ...)».**

В качестве примера брать СТРОГО предприятие, по которому проходили практику

Методические рекомендации по содержанию и объему курсовой работы

Рекомендации по содержанию и объему представлены по разделам курсовой работы. Общий объем работы (без приложений) должен быть 30-50 страниц машинописного текста. Главы курсовой работы должны быть логически увязаны между собой. Материал необходимо распределять пропорционально между главами и параграфами.

Особое внимание следует уделить языку и стилю написания курсовой работы, которые свидетельствуют об общем уровне подготовки и профессиональной культуре будущего специалиста. Работу необходимо проиллюстрировать расчетами, графиками, аналитическими таблицами и схемами.

При подготовке курсовой работы исключается дословное заимствование текста из литературных источников, при цитировании необходимо указывать источник.

К защите не допускаются курсовые работы, заимствованные из Интернета.

Введение

Во введении обосновывается актуальность темы, формулируются цели и задачи курсовой работы, определяется объект, предмет и методы исследования. Примерный объем введения - 1-2 страницы компьютерного текста.

Актуальность темы – это степень её важности в данный момент и в данной ситуации для решения данных проблемы, вопроса или задачи. Можно назвать два основных направления характеристики актуальности. Первое связано с неразработанностью выбранной темы. В данном случае исследование актуально именно потому, что определённые аспекты темы изучены не полностью. Второе направление связано с возможностью решения определённой практической задачи на основе полученных в исследовании данных. Выбирается одно из них или оба, следует кратко изложить главное.

Цель работы – это то, что мы хотим достичь в результате её выполнения. Как правило, цель отражена в названии работы.

Задачи – это те действия, которые необходимо выполнить для достижения поставленной в работе цели. Основные задачи сформулированы в названии глав и заглавии курсовой работы.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования может быть конкретное предприятие или его структурные подразделения, а также процессы, явления, виды деятельности. Объект и предмет исследования соотносятся как общее и частное, как целое и часть. Именно предмет исследования определяет тему курсовой работы.

Методы исследования – экономические, социологические, статистические, математические и др.

Основная часть курсовой работы содержит три главы. Первая глава является теоретической, вторая – аналитической, третья – практической. Все главы должны быть между собой логически связаны.

Первая глава курсовой работы является теоретическим исследованием проблемы и выполняется на основе анализа и обобщения имеющейся отечественной и зарубежной литературы (научной, специальной), законодательных, нормативных, статистических и других материалов.

В этой главе дается определение основных понятий, рассматриваются концепции и история их развития, анализируются факторы, влияющие на предмет исследования. Основное внимание в данном разделе должно быть уделено критическому анализу различных подходов, теорий, концепций, точек зрения по предмету исследования и обоснованной аргументации собственной позиции и взглядов автора на решение проблемы. Теоретические положения, сформулированные в этом разделе, должны стать исходной научной базой для выполнения последующих разделов курсовой работы.

В тексте должны содержаться ссылки на использованные источники.

Примерный объем первой главы 7- 10 страниц.

Вторая глава носит аналитический характер. Сначала следует дать характеристику организации (предприятия), по материалам которой проводится исследование, и показать состояние предмета исследования. Затем в краткой форме необходимо указать наименование, форму собственности и виды деятельности организации; дать характеристику выпускаемой продукции (производимых работ, оказываемых услуг, выполняемых функций); привести схему организационной структуры; представить таблицы основных технико-экономических показателей и другую необходимую информацию.

Студент не должен ограничиваться только констатацией фактов, а должен выявить проблемы и тенденции развития объекта, вскрыть недостатки и проанализировать причины, их обусловившие, а также наметить пути их возможного устранения. Анализ деятельности организации следует проводить с применением современных методов и моделей, пакетов прикладных программ и современных информационных технологий.

Проведенный в данной главе анализ исследуемой проблемы (с учетом прогрессивного отечественного и зарубежного опыта стратегического управления) служит базой для разработки предложений и рекомендаций по улучшению деятельности организации.

От полноты и качества выполнения анализа зависит обоснованность выводов. Основой для выводов и предложений должно стать сравнение теоретической модели с действительным состоянием, выявленным в процессе анализа.

По итогам анализа необходимо сделать выводы, которые послужат основой написания третьей главы. Общий объем второй главы около 10-15 страниц.

В третьей главе студент должен разработать предложения и рекомендации по решению проблем. Предложения и рекомендации должны носить конкретный характер (что, где и когда надо сделать, кто должен реализовать предложенные мероприятия). Общий объем главы около 8-10 страниц.

В заключении последовательно и кратко излагаются выводы и предложения, которые вытекают из содержания курсовой работы и носят обобщающий характер. Из заключения должно быть ясно, что цель и задачи курсовой работы полностью выполнены. Объем заключения – 2–3 страницы.

Список использованной литературы (не менее 15 наименований) оформляется в соответствии с общепринятыми стандартами. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке курсовой работы и на которые имеются ссылки в основной части работы. Литературные источники включают монографии, периодические издания, нормативные материалы, учебники и учебные пособия.

Приложения содержат вспомогательный материал, поясняющий отдельные положения курсовой работы (методики расчетов, инструкции, таблицы, фрагменты нормативных документов и т.п.). Указанный материал включается в приложения с целью сокращения объема основной части курсовой работы, его страницы не входят в общий объем работы. Связь приложений с текстом осуществляется с помощью ссылок (например: см. Приложение 1).

Методические рекомендации по оформлению курсовой работы

Курсовая работа должна содержать:

- титульный лист, оформленный в соответствии с принятой формой;
- содержание (оглавление);
- основной текст;
- список литературы;
- приложение.

Требования к содержанию курсовой работы

В первой главе раскройте понятие и сущность стратегического менеджмента, выделите понятие стратегии, дайте классификацию стратегий в теории стратегического управления. Обоснуйте соотношение понятий стратегического и оперативного управления организацией, укажите преимущества стратегического подхода к управлению. (7-10 стр)

Во второй главе подробно рассмотрите следующие моменты.

В параграфе 2.1 дайте описание следующих характеристик:

- ✓ полное название фирмы;
- ✓ ИНН, ОГРН;
- ✓ направления деятельности, вид производимой продукции или оказываемой услуги;
- ✓ размер организации;
- ✓ территориальное размещение фирмы, юридический и фактический адреса;
- ✓ организационная структура предприятия

В параграфе 2.2 проанализируйте влияние факторов прямого и косвенного воздействия внешней среды на организацию (макросреды и микросреды)

Анализ макросреды, или **среды косвенного воздействия**, выполните по методике PEST-анализа (political, economic, social, technological), включающий 4 группы факторов.

Каждому из факторов экспертным образом дается оценка:

- влияния на организацию по шкале: **3 - сильное, 2 - умеренное, 1 - слабое, 0 - отсутствие влияния;**
- направленности влияния по шкале: **+1 - позитивная, - 1 - негативная.**

Таблица 1- PEST -анализ факторов среды косвенного воздействия

№	Факторы среды	Оценки		
		влияния на организацию	направленности влияния	Интегральная
1	2	3	4	5= ст.3хст.4
Политические (Р)				
	Политическая ситуация			
	Изменение законодательства			
	Уровень развития правового регулирования экономики,			
	Налоговая политика			
	Итого			
Экономика (Е)				
	Общая характеристика экономической ситуации			
	Курс национальной валюты			
	Уровень инфляции			
	Инвестиционный климат в отрасли			
	Итого			
Социум (S)				
	Демографические изменения			
	Уровень безработицы			
	Социальная мобильность населения			
	Активность потребителей			
	Итого			
Технология (Т)				
	Развитие производственных технологий			
	Развитие Интернета и прочих дополнительных каналов связи			
	Уровень автоматизации производства			
	Итого			

Анализ **среды прямого воздействия** проводите, исследуя потребителей, поставщиков, конкурентов и контактную аудиторию.

Потребители. Важно выявить факторы, определяющие торговую силу потребителей, к ним относятся: степень зависимости покупателя от продавца; объем закупок; уровень информированности покупателя; наличие замещающих продуктов; стоимость перехода к другому продавцу; чувствительность покупателя к цене; требования к качеству, марке; доходы потребителей; социально-

технологические и поведенческие особенности потребителей. Наиболее эффективно проводить анализ по критериям для сегментации:

Таблица 2 – Критерии для сегментации

СОЦИАЛЬНЫЕ (социальное положение, уровень образования, социальная активность)
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ (уровень дохода, наличие имущества, структура доходов и расходов)
КУЛЬТУРНЫЕ (национальность, принадлежность к религии, культурная ориентация)
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ (пол, возраст, семейное положение)
ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ (место проживания, локальный менталитет, обеспеченность природными ресурсами)
ПСИХОГРАФИЧЕСКИЕ (тип потребительского поведения, процесса принятия решения о покупке)
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ (черты характера, эмоциональность или рациональность в принятии решений)

Поставщики. Анализ поставщиков проведите в виде списка поставщиков

Конкуренты (прямые конкуренты, производители товаров-заменителей, потенциальные конкуренты). Рекомендуется сделать таблицу, по сравнительной оценке, исследуемого предприятия с конкурентами. Параметры следует выбрать самостоятельно, не менее 5-7. Затем по этим параметрам необходимо оценить предприятия по рекомендуемой 10-балльной шкале. Для более точного измерения конкурентоспособности можно использовать еще и весовые коэффициенты. Результаты таблицы необходимо подкрепить Многоугольником конкурентоспособности.

Таблица 3 – Сравнительный анализ конкурентов

Параметры	Наше предприятие	Конкуренты		
		ООО «...»	ООО «...»	ООО «...»
Цена				
Качество				
Доступность				
.....				
Итого				

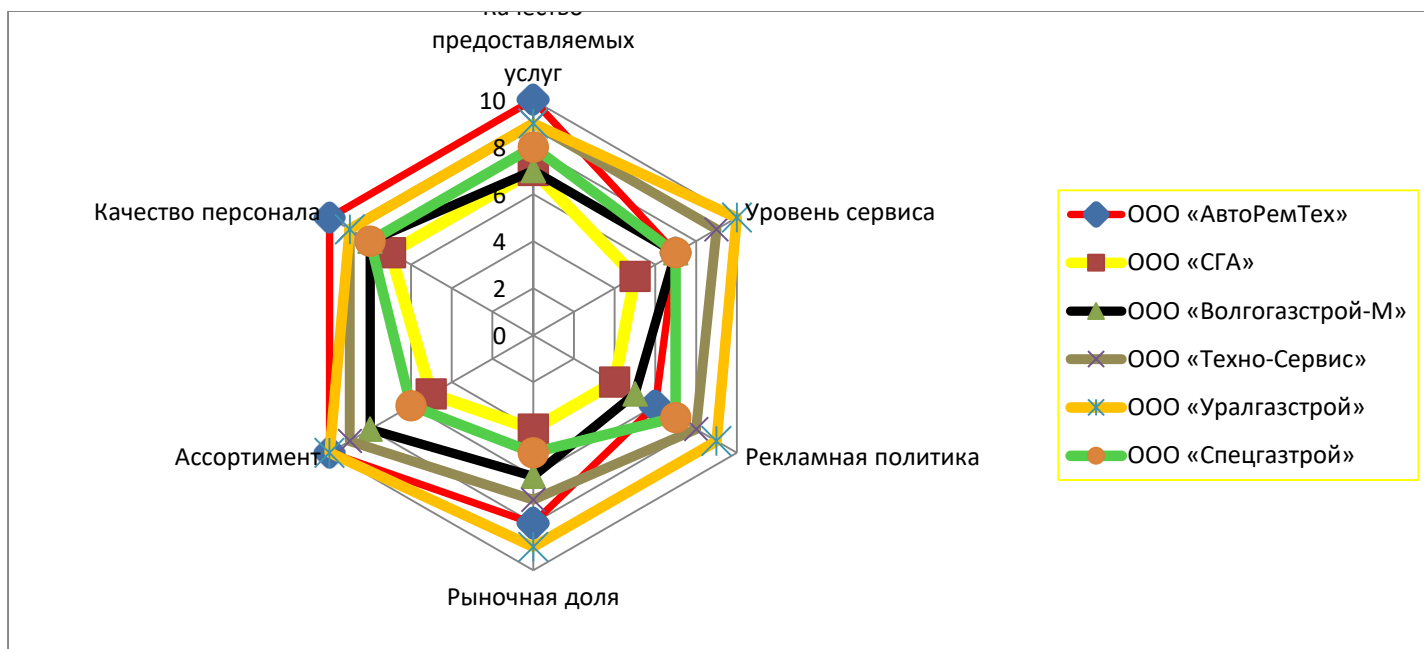


Рисунок 1 – Многоугольник конкурентоспособности

Контактная аудитория. Это любая группа лиц, предприятий, организаций, проявляющих интерес к деятельности фирмы и способных оказать влияние на деятельность фирмы и возможности достигать поставленных целей (например, налоговая инспекция, Роспотребнадзор и т.д.). Анализ контактной аудитории следует сделать в виде таблицы (см. таблицу 4).

Таблица 4 – Анализ контактной аудитории

Компоненты контактной аудитории	Возможности	Угрозы
Пожарная инспекция	обеспечение пожарной безопасности предприятия	закрытие предприятия, штрафные санкции
СМИ	реклама и PR предприятия и продукции	негативный образ предприятия, ложь, компромат
Финансовые круги	получение финансовой поддержки, кредиты, субсидии, привилегии	отказ в финансовой поддержке
...		
...		

Все таблицы и рисунки должны быть связаны комментариями с текстом, а также должен быть вывод по параграфу.

В параграфе 2.3

Определить миссию организации. Необходимо проанализировать ее на предмет соответствия требованиям (см. таблицу 5).

Таблица 5 – Требования к формулировке миссии

Требование	+ соответствует/ - не соответствует
Требования к тексту	
Простота, ясность, лаконичность, звучность	

Объем не более 25-40 слов	
Текст миссии должен содержать название и статус организации	
Требования к смыслу	
Должен быть исчерпывающим	
Содержать намек на выгоду от взаимодействия с организацией	
Быть современным, отвечать духу времени	

Далее следует выявить наличие стратегических и тактических целей организации. Представить их в виде «дерева целей». Если цели отсутствуют, то упомянуть об этом. А «дерево целей» в этом случае следует сделать в главе 3.

После этого следует проанализировать функциональные подсистемы внутренней среды организации (см. таблицу 6).

Оценка элементов внутренней среды следует проводить по 5-балльной шкале

Прежде всего, необходимо выявить основные факторы внутренней среды организации и провести их оценку в соответствии со следующей шкалой:

5 — очень хорошее состояние, совершенно удовлетворяющее - очень сильная сторона потенциала;

4 — хорошее состояние, не требует изменения — сильная сторона;

3 — среднее состояние, требует некоторых ограниченных изменений,

2 — плохое состояние, требует серьезных изменений — слабая сторона стратегического потенциала;

1 — очень плохое состояние, требует радикальных преобразований — очень слабая сторона.

Таблица 6- Анализ внутренней среды по срезам

Срез	Элементы внутренней среды	Оценки в баллах				
		1	2	3	4	5
Кадровый срез	• стиль управления • квалификация менеджеров и сотрудников • эффективность политики оплаты труда по сравнению с конкурентами					
Организационный срез	• Четкость распределения в фирме прав и обязанностей • Эффективность взаимодействия различных структурных подразделений по достижению целей развития • Эффективность организационной структуры					
Операционный срез	• Соответствие технологии и оборудования конкурентным требованиям потребителей • эффективность использования техники и оборудование • Каковы правовые формы защиты продуктов фирмы и как они используются?					
Маркетинговый срез	• Сильные и слабые стороны товаров и услуг фирмы • Доля рынка и насколько твердо удерживает фирма					

	• Возможности для выхода на рынок с новыми продуктами и для освоения новых рынков					
Финансовый срез	• Обеспечение прибыльности • Достаточность осуществляемых капитальных затрат для обеспечения будущих потребностей развития фирмы • Положительная кредитная история фирмы • Рациональность налоговой политики					
Организационная культура	• Ценности и нормы, принятые в фирме; • Миссия, ценности, отношение к окружающему миру; • Трудовая этика и мотивация • Взаимоотношения между людьми в фирме					

Анализ внешней и внутренней среды необходимо резюмировать в виде SWOT-анализа (таблица 7). Должно быть заполнено 8 ячеек в таблице SWOT-анализа.

ВНИМАНИЕ! Перечень сильных и слабых сторон должен соответствовать результатам анализа внутренней среды; перечень возможной и угроз – результатам анализа внешней среды

Таблица 7- SWOT-анализ

	<i>Возможности (O)</i>	<i>Угрозы(T)</i>
Сильные стороны (S)	поле «СИБ»(сила и возможности)	поле «СИУ»(сила и угрозы)
Слабые стороны (W)	поле «СЛВ» (слабость и возможности)	поле «СЛУ»(слабость и угрозы)

Стратегии WT слабости — угрозы (mini-mini). Цель любой из стратегий вида WT состоит в том, чтобы минимизировать слабости и угрозы.

Стратегии WO слабости — возможности (mini-maxi). Стратегии данной группы пытаются минимизировать слабости и одновременно максимизировать возможности.

Стратегии ST силы — угрозы (maxi-mini). Цель данных стратегий состоит в том, чтобы максимально развить силы, и минимизировать угрозы.

Стратегии SO силы — возможности (maxi-maxi). Любая компания должна стремиться к тому, чтобы максимизировать одновременно как силы, так и возможности.

Не забудьте сделать вывод по параграфу!

В параграфе 2.4 проведите анализ и оценку стратегических альтернатив деятельности компании.

Определите и опишите используемые на предприятии стратегии из следующего списка:

1. Стратегии концентрированного роста и ее виды

- а). стратегия усиления позиций на рынке
- б). стратегия развития рынка
- в). стратегия развития продукта

2. Стратегии интегрированного роста и ее виды

- а). стратегия обратной вертикальной интеграции
- б). стратегия вперед идущей вертикальной интеграции

в). Стратегия горизонтальной интеграции

3. Стратегии диверсифицированного роста и ее виды

а). Стратегия концентрической диверсификации

б). Стратегия горизонтальной диверсификации

в). Стратегия конгломеративной диверсификации

4. Стратегии целенаправленного сокращения

а). Стратегия «сбора урожая»

б). Стратегия сокращения расходов

в). Стратегия сокращения

г). Стратегия ликвидации

5. Конкурентные стратегии и ее виды

а). Стратегия лидерства в издержках

б). Стратегия дифференциации

в). Стратегия фокусирования

В конце главы 2 сделайте выводы с выделением недостатков и проблем в стратегическом управлении организацией.

В третьей главе сформулируйте предложения и рекомендации по решению проблем, выявленных в первой главе и проанализированных во второй. Используя инструменты стратегического анализа: **матрицы БКГ, матрицы Мак-Кинси, модель Томпсона и Стрикленда** и др. необходимо предложить изменение или углубление нынешних стратегий предприятия. **В работе должно быть использовано не менее трех матриц!**

Обоснуйте необходимость создания в организации системы стратегического управления, укажите механизм разработки и реализации стратегии. Обратите внимание на необходимость оценки ресурсов и потенциала организации для успешной реализации стратегии.

В заключении сформулируйте основные выводы по проведённой работе, подводите итоги.

К защите должна быть подготовлена презентация на 15-16 слайдов. Содержание слайдов:

1. Титульный лист
2. Объект, предмет исследования, цели и задачи
3. Кратко о предприятии, организационная структура
4. PEST-анализ
5. Анализ конкурентов
6. Многоугольник конкурентоспособности
7. Анализ потребителей
8. Анализ поставщиков и контактной аудитории
9. Миссия, дерево целей
10. Анализ внутренней среды
11. SWOT-анализ
12. Стратегии
13. Матрица БКГ и модель Томпсона и Стрикленда
14. матрицы Мак-Кинси
15. Выявленные проблемы и рекомендации по решению
16. Краткий вывод

Методические рекомендации по оформлению курсовой работы

Курсовая работа должна содержать:

- титульный лист, оформленный в соответствии с принятой формой;
- содержание;
- основной текст;

- библиографию;
- приложения (при необходимости).

Общие требования к оформлению курсовой работы.

Текст печатается в редакторе Word на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Основное требование к тексту – единообразие. Это касается шрифта, абзацных отступов, выравнивания текста, нумерации пунктов и частей и т.д.

Цвет шрифта - черный. Размер шрифта (кегель): для текста — 14, для формул — 16, для таблиц — 14 (допускается 10 и 12). Тип шрифта - Times New Roman. Междустрочный интервал в тексте – полуторный. в таблицах – одинарный.

Размеры полей: правое - 15мм, верхнее и нижнее - 20 мм, левое - 30 мм.

Абзацный отступ не менее 1,25 см.

Страницы работы нумеруются арабскими цифрами (нумерация сквозная по всему тексту). Номер страницы ставится в нижнем правом углу или в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию, номер на нем не ставится.

Титульный лист оформляется студентом по образцу, данному в Приложении А. На титульном листе должны быть подписи студента.

Оформление содержания

Заголовок «СОДЕРЖАНИЕ» пишется прописными буквами посередине строки.

Содержание включает введение, наименование всех глав, параграфов, заключение, библиографию и приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы.

Оформление заголовков

Заголовки разделов располагают в середине строки без точки в конце и печатают прописными буквами (СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ и т.д.) без подчеркивания. Названия разделов выделяют жирным шрифтом.

Расстояние между заголовком и текстом отделяется 1 свободной строкой.

Разделы нумеруются и делятся на параграфы. Номер параграфа состоит из номеров раздела и параграфа в разделе, разделенных точкой. В конце номера точка не ставится (например, 2.4 Анализ результатов).

Заголовки параграфов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются. Заголовки не следует подчеркивать, а также выделять другим цветом. Не разрешается оставлять заголовок в нижней части страницы, помещая текст на следующей.

Каждый раздел текстового документа рекомендуется начинать с новой страницы, а параграфы продолжаться на текущей странице через 1 свободную строку.

Оформление таблиц

Таблицы набираются единообразно по всему тексту. На все таблицы в тексте должны быть ссылки. Таблица должна располагаться непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. От текста таблица отделяется сверху и снизу пустой строкой.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа документа.

Все таблицы нумеруются. Нумерация – сквозная.

Название таблицы помещают над таблицей слева, с абзацным отступом с ее номером через тире. Точка в конце названия не ставится.

Оформление рисунков

На все рисунки в тексте должны быть даны ссылки. Рисунки должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная, но допускается нумеровать и в пределах раздела (главы). В последнем случае, номер рисунка состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой (например, Рисунок 1.1).

Подпись к рисунку располагается под ним посередине строки. Слово «Рисунок» пишется полностью. В этом случае подпись должна выглядеть так: Рисунок 2 - Структура фирмы.

Оформление библиографии

Список литературы должен называться «БИБЛИОГРАФИЯ».

Сведения об источниках должны включать: фамилию, инициалы автора, название источника, место издания, издательство, год издания, количество страниц.

Фамилию автора указывают в именительном падеже. Наименование места издания необходимо приводить полностью в именительном падеже, допускается сокращенное название двух городов: Москва (М.), Санкт-Петербург (СПб).

Для статей указываются фамилия и инициалы автора, название статьи, название журнала, год издания, номер журнала, номер страницы.

Чаще всего используют алфавитное расположение источников или расположение по типам документов. Алфавитное расположение источников означает, что выдерживается строгий алфавит заголовков библиографического описания (авторов или заглавий).

Порядок расположения источников должен быть следующим:

- нормативные акты;
- книги, учебники, учебные пособия;
- печатная периодика (журналы, монографии);
- интернет-источники.

Нормативные акты располагаются в следующем порядке:

- международные акты, ратифицированные Россией, причем сначала идут документы ООН;
- Конституция России;
- кодексы;
- федеральные законы;
- указы Президента России;
- постановления Правительства России;
- приказы, письма и пр. указания отдельных федеральных министерств и ведомств;
- законы субъектов России;
- распоряжения губернаторов;
- распоряжения областных (республиканских) правительств;
- судебная практика (т.е. постановления Верховного и прочих судов России);
- законодательные акты, утратившие силу.

Федеральные законы следует записывать в формате: Федеральный закон от [дата] № [номер] «[название]» // [официальный источник публикации, год, номер, статья]

Законы располагаются не по алфавиту, а по дате принятия (подписания Президентом России) - впереди более старые.

Примеры оформления источников:

Конституция Российской Федерации. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 70с.

Резник С. Д. Менеджмент: учебное пособие / С.Д. Резник, И.А. Игошина; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Д. Резника. — 4-е изд., перераб. и доп.— Москва: ИНФРА-М, 2022. — 367 с. — (Менеджмент в высшей школе).

Егорова П.Д., Минтусов И.Л. Портрет делового человека// Проблемы теории и практики управления. — 2021. — № 6. — С. 3—17.

Иванова Ю. Н. Тиражирование технологий в корпорациях — Текст: электронный // Znanium.com. - 2019. - №1-12.

Оформление приложений

В приложения помещаются материалы, носящие вспомогательный характер (например, бухгалтерская отчетность, положения об оплате труда и премировании, штатное расписание).

Приложения оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах после списка использованных источников.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ъ (ПРИЛОЖЕНИЕ А, ПРИЛОЖЕНИЕ Б, ПРИЛОЖЕНИЕ В и т.д.). Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. Само слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» пишется прописными буквами.

Критерии оценки курсовой работы

При оценке курсовой работы учитываются:

- степень соответствия работы требованиям, изложенным в методических рекомендациях по написанию курсовой работы;
- глубина стратегического анализа деятельности предприятия, выбранного в качестве объекта исследования;
- степень соответствия разработанного стратегического плана деятельности предприятия результатам, полученным в ходе выполнения стратегического анализа внешней и внутренней среды предприятия;
- возможность практического использования разработанных стратегических рекомендаций, степень их обоснованности;
- степень соответствия выводов и рекомендаций результатам исследования;
- качество оформления курсовой работы;
- выполнение курсовой работы в установленные сроки;
- содержание и качество ответов на вопросы, поставленные научным руководителем в ходе защиты курсовой работы.

Обоснование оценки:

Критерий	Оценка	Обоснование оценки
1. Владение навыками стратегического анализа	«3»	Знание инструментов стратегического анализа
	«4»	Знание инструментов стратегического анализа; умение сделать выводы на основании результатов, полученных в ходе стратегического анализа
	«5»	Знание инструментов стратегического анализа; умение сделать выводы на основании результатов стратегического анализа; понимание и объяснение взаимосвязи результатов, полученных в ходе использования различных инструментов стратегического анализа.
2. Следование логике изложения в соответствии с целями и задачами исследования	«3»	Следование логике изложения в пределах одного параграфа
	«4»	Следование логике изложения в пределах одной главы
	«5»	Следование логике изложения по содержанию (от введения до заключения)
3. Умение выявить внутренние проблемы деятельности предприятия, а также факторы внешней среды, негативно влияющие на его стратегическое положение.	«3»	Набор типовых проблем, определяемых спецификой деятельности предприятия и соответствующих этапу экономического развития на макроуровне.
	«4»	Умение выявить проблемы анализируемого предприятия на основе последовательного стратегического анализа его внутренней и внешней среды.
	«5»	Умение отразить взаимосвязь выявленных посредством стратегического анализа проблем внутренней среды организации с факторами внешней среды, оказывающими негативное влияние на результаты деятельности предприятия.
4. Адекватность разработанного стратегического плана по ликвидации выявленных на предприятии проблем результатам стратегического анализа	«3»	Перечисление предложений по улучшению стратегического положения предприятия на основе знания теоретических основ выбранной стратегии развития.
	«4»	Соответствие предложений по улучшению стратегического положения организации результатам стратегического анализа внешней и внутренней среды, а также теоретическим аспектам выбранной стратегии развития.

деятельности предприятия.	«5»	Разработка предложений по улучшению стратегического положения организации по функциональным направлениям деятельности; соответствие разработанного стратегического плана результатам стратегического анализа внешней и внутренней среды, а так же теоретическим аспектам выбранной стратегии развития.
---------------------------	-----	--

Рекомендуемая литература:

1. *Зуб, А. Т.* Стратегический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 375 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03013-6. — URL : <https://urait.ru/book/strategicheskiy-menedzhment-432044>
2. *Литвак, Б. Г.* Стратегический менеджмент : учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 507 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2929-4. — URL : <https://urait.ru/book/strategicheskiy-menedzhment-425854>
3. *Малюк, В. И.* Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 361 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-03338-0. — URL : <https://urait.ru/book/strategicheskiy-menedzhment-organizaciya-strategicheskogo-razvitiya-433251>
4. *Тебекин, А. В.* Стратегический менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 333 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-5133-2. — URL : <https://urait.ru/book/strategicheskiy-menedzhment-444145>
5. *Шифрин, М. Б.* Стратегический менеджмент : учебник для академического бакалавриата / М. Б. Шифрин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 321 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-03440-0. — URL : <https://urait.ru/book/strategicheskiy-menedzhment-438372>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

Кафедра менеджмента и государственного управления

**Курсовая работа по дисциплине:
«Стратегический менеджмент»**

**на тему: «Разработка стратегического плана предприятия
(на примере ООО «Кока – Кола ЭйчБиСи Евразия»)»**

Работу выполнил:
Студент группы 35193-М-1к
заочной формы обучения
Иванова М.В.

(подпись)

Работу проверил:
к.э.н., доцент
Кулагова И.А.

(подпись)

Нижний Новгород