Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»

Кафедра менеджмента и территориального развития

УТВЕРЖДАЮ
Директор института технологий устойчивого развития
_____ А.В. Феоктистов
подпись
«____» _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Современные модели бизнеса и стратегии управления

38.04.02 «Менеджмент»
(направленность (профиль): «Производственный менеджмент»)

Квалификация выпускника
Магистр

Форма обучения
Очно-заочная форма

Срок обучения: 2 года 3 месяца

Год начала подготовки 2026

Новокузнецк
2026

СибГИУ
Подлинник электронного документа хранится в системе электронного согласования документов СибГИУ
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭП
Сертификат: 3ac043361902970c9a538ca69a96ec6362b22b98
Владелец: Директор ИЭиМ Феоктистов Андрей Владимирович
Действителен: с 13 ноября 2025 г. по 6 февраля 2027 г.
Дата и время: 26-05-2026 09:37:15 ПРОВЕРИТЬ ПОДПИСЬ

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

– формирование у обучающихся представления о современных подходах к менеджменту, моделях бизнеса.

Задачами учебной дисциплины являются:

– получить представление об изменениях, происходящих в экономической, политической, социальной и технологической сферах и их влияние на сферу менеджмента организаций;

– познакомиться с современными концепциями и моделями менеджмента;

– уметь критически оценивать жизнеспособность концепций и методов современной науки управления в определенном организационном контексте.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

– Теория организации и организационное поведение;

– Фундаментальная экономика: теория и методы;

– Современный стратегический анализ.

Учебная дисциплина дополняет знания и умения, получаемые по одновременно изучаемым и последующим учебным дисциплинам:

– Организация производства;

– Инновационное развитие предприятия;

– Производственный менеджмент;

– Управление организацией труда;

– Персонал в производственном менеджменте;

– Управление человеческими ресурсами;

– Управленческая экономика;

– Бизнес-планирование: стратегический аспект;

– Управление стратегическими рисками;

– Преддипломная практика.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– Общепрофессиональные компетенции

Наименование	Код и	Код и наименование	Планируемые

категории (группы) ОПК	наименование ОПК	индикатора достижения ОПК	результаты обучения
	ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2 Применяет элементы методологического аппарата экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов для решения профессиональных задач	– знать: взаимосвязь современных моделей бизнеса с элементами методологического аппарата экономической, организационной и управленческой теории. – уметь: применять элементы методологического аппарата экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов для решения задач разработки и реализации управленческих решений.
		ОПК-1.3 Интерпретирует результаты применения элементов методологического аппарата экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов для решения профессиональных задач	– знать: возможности и условия применения современных моделей бизнеса и стратегий управления для повышения эффективности функционирования организации. – уметь: использовать современный методологический аппарат при принятии управленческих решений.
	ОПК-3: Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и	ОПК-3.1 Принимает обоснованные организационно-управленческие решения в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	– знать: понятие организационной, операционной и социальной эффективности деятельности организации. – уметь: оценивать организационно-

	организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды		управленческие решения с учетом особенностей конкретной управленческой ситуации в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.
		ОПК-3.2 Самостоятельно определяет условия реализации организационно-управленческих решений в сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среде	– знать: современные модели бизнеса и актуальные стратегические решения. – уметь: определять условия реализации различных стратегий и моделей бизнеса с учетом деловой ситуации.
		ОПК-3.3 Оценивает последствия альтернативных вариантов организационно-управленческих решений	– знать: взаимосвязь факторов внешней и внутренней среды организации. – уметь: оценивать последствия альтернативных вариантов решений по реализации современных моделей бизнеса и стратегий управления.
	ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития	ОПК-4.1 Планирует проектную и процессную деятельность в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков	– знать: основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития . – уметь: осуществлять стратегический анализ внешней и внутренней среды и применять его результаты при разработке стратегий предприятия.
		ОПК-4.2 Выявляет и оценивает новые рыночные	– знать: основные достижения современного

	инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	возможности создания и развития инновационных направлений деятельности	менеджмента и условия их применения в управлении организациями . – уметь: выявлять перспективные направления развития организации.
		ОПК-4.3 Разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	– знать: различные аспекты менеджмента предприятия, элементы внутренней и внешней среды организации, взаимосвязи между ними . – уметь: применять полученные знания для принятия и реализации управленческих решений.
	ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1 Критически оценивает научные исследования, обобщает и систематизирует информацию	– знать: результаты основных достижений в современном менеджменте, их взаимосвязь со смежными дисциплинами. – уметь: критически оценивать результаты научных исследований в области менеджмента, понимать их ограничения для решения управленческих задач.

4 Объем и содержание учебной дисциплины

Учебные занятия по учебной дисциплине проводятся в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа включает в себя занятия лекционного типа (лекции), занятия семинарского типа (семинары, практические занятия,

практикумы), промежуточную аттестацию обучающихся и иные формы взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации ООП на иных условиях, в том числе при проведении промежуточной аттестации обучающихся. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		***ИТОГО***	***2 семестр***
Форма промежуточной аттестации			*зачет*
Трудоёмкость	*академ. час.*	***108***	*108*
	зачетных единиц	***3***	*3*
Лекции, *академ. час.*		***8***	*8*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Лабораторные работы, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Практические занятия, *академ. час.*		***8***	*8*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Курсовая работа / проект, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Консультации, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Самостоятельная работа, *академ. час.*		***83***	*83*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Контроль, *академ. час.*		***9***	*9*
в форме практической подготовки		***0***	*0*

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1 Особенности современного этапа экономического развития. Актуальные проблемы российской и мировой экономики и менеджмента (Современная система взглядов на управление. Характеристика современного этапа экономического развития в нашей стране и за рубежом. Проблемы конкурентоспособности. Проблемы инновационного развития. Проблемы развития человеческого потенциала);

Раздел 2 Глобализация экономики и менеджмент (Предпосылки глобализации. Особенности деловой среды международного бизнеса. Проблема межкультурных взаимодействий при ведении международного бизнеса. Операционные стратегии в международном бизнесе: прямые инвестиции, слияния и поглощения, стратегические альянсы, франчайзинг, лицензирование, экспорт. Международные, транснациональные, глобальные компании: особенности менеджмента);

Раздел 3 Современные стратегии управления (Стратегический менеджмент как антикризисный инструмент. Стратегический анализ и проблема неопределенности деловой среды. Процесс формирования стратегии: различные конфигурации и концепции. Рациональный подход

к формированию стратегии. Логический инкрементализм. Роль политических процессов в стратегическом менеджменте. Самоорганизация, адаптивность и хаос в формировании стратегии. Обучающаяся организация);

Раздел 4 Информационные технологии. Их роль в менеджменте организаций и изменении бизнес-среды (Тенденции развития информационных технологий и их практического применения. Возможные негативные последствия распространения информационных технологий. Возможности информационных технологий для повышения эффективности труда менеджера. Воздействие информационных технологий на различные виды деятельности компаний. Преобразование товаров и услуг с помощью информационных технологий. Изменение характера конкуренции под воздействием информационных технологий. Виртуальная организация);

Раздел 5 Управление персоналом в условиях современных организаций. Стратегическое значение человеческих ресурсов (Развитие навыков и личности сотрудника. Мотивация. Команды в управлении. Современные концепции лидерства и качества современного менеджера. Формирование организационной культуры. Организационные структуры и взаимодействие в коллективе);

Раздел 6 Управление организационными изменениями (Определение и типология организационных изменений. Движущие силы перемен. Противостояние и пути его преодоления. Подходы к изменениям. Стратегии и модели изменений);

Раздел 7 Трансформация маркетинговой деятельности в современных условиях (Развитие концепции маркетинга и усиление его стратегической ориентации. Индивидуализация и кастомизация маркетинга. Развитие маркетинговых инструментов: Интернет-маркетинг, интегрированные маркетинговые коммуникации, партнерские отношения с посредниками и т.д. Глобализация маркетинговой деятельности).

5 Перечень тем лекций

№ раздела / темы дисциплины	Темы лекций	Трудоемкость, *академ.час*	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	Особенности современного этапа экономического развития. Актуальные проблемы российской и мировой экономики и менеджмента	2	
Раздел 2.	Глобализация экономики и менеджмент	2	
Раздел 3.	Современные стратегии	2	

	управления		
Раздел 4.	Информационные технологии. Их роль в менеджменте организаций и изменении бизнес-среды	2	
Итого:		**8**	**0**

6 Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы практических занятий (семинаров)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 3.	Формирование стратегии организации	2	
Раздел 4.	Анализ влияния информационных технологий на сферу конкуренции	2	
Раздел 5.	Эффективность методов и инструментов менеджмента в ситуационном контексте	2	
Раздел 6.	Противодействие организационным изменениям и пути их преодоления. Управление организационными изменениями	1	
Раздел 7.	Маркетинг в сети Internet и электронная коммерция	1	
Итого:		**8**	**0**

7 Перечень тем лабораторных работ

№ раздела / темы дисциплины	**Темы лабораторных работ**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

8 Перечень тем курсовых работ (проектов)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы курсовых работ (проектов)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

9 Виды самостоятельной работы

№ раздела / темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, *академ.час*	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	1. Изучение лекционного материала.	11	
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала.	11	
Раздел 1; Раздел 2.	1. Прохождение тестирования.	2	
Раздел 3.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	13	
Раздел 4.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию.	11	
Раздел 5.	1. Изучение теоретического материала; 2. Подготовка к практическому занятию.	11	
Раздел 6.	1. Изучение теоретического материала; 2. Подготовка к практическому занятию.	11	
Раздел 7.	1. Изучение теоретического материала; 2. Подготовка к практическому занятию.	11	
Раздел 4; Раздел 7.	1. Прохождение тестирования.	2	
Контроль	*Подготовка к зачёту*	9	
Итого:		**92**	**0**

10 Матрица компетентностных задач по учебной дисциплине

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Контролируемые компетенции	Оценочные средства
Раздел 1.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса)
Раздел 2.	ОПК-1;	1. Вопросы для устного

	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	обсуждения (опроса)
Раздел 1; Раздел 2.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Тестовые задания
Раздел 3.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Тестовые задания
Раздел 4.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии
Раздел 5.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии
Раздел 6.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии
Раздел 7.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии
Раздел 4; Раздел 7.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Наблюдение за работой на практическом занятии; 2. Тестовые задания
Зачет.	ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5	1. Вопросы к зачету

11 Входной контроль

11.1 Цель входного контроля − определить начальный уровень подготовленности обучающихся и выстроить индивидуальную траекторию обучения. В условиях личностно-ориентированной образовательной среды результаты входного оценивания обучающегося используются как начальные значения в индивидуальном профиле академической успешности обучающегося.

11.2 Описание оценочных средств

Форма проведения входного контроля – тестирование.

Длительность тестирования – 18 минут. Тестирование проводится в течение первых двух недель изучения учебной дисциплины в СУО СибГИУ.

Шкала оценивания результатов тестирования

За каждый правильный ответ выставляется один балл.
Оценка формируется в соответствии с критериями таблицы:

Оценка	Процент правильных ответов
Зачтено	50-100
Не зачтено	0-49,9

Основываясь на результатах тестирования, формируется индивидуальная траектория обучающегося (группы обучающихся), исходя из следующих соображений:

– оценка «зачтено» – обучающийся готов к изучению учебной дисциплины;
– оценка «не зачтено» – обучающийся не подготовлен к изучению учебной дисциплины, необходимы корректирующие занятия и консультации.

Тестовые задания для входного контроля знаний обучающихся приведены в приложении.

12 Текущий контроль

12.1 Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) обучающихся. Данный вид контроля стимулирует у обучающихся стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины и позволяет оценить степень освоения изученного материала.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе педагогического работника, в том числе посредством использования СУО СибГИУ.

Формы проведения текущего контроля – вопросы для устного обсуждения (опроса); наблюдение за работой на практическом занятии; тестовые задания.

12.2 Описание оценочных средств

Шкалы оценивания (методики оценки)

12.2.1 Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы в начале занятия лекционного или практического занятия педагогическим работником проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущего раздела (темы).

Критерии оценки:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

– своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

– использование дополнительного материала (обязательное условие);

– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени).

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

– полно и аргументировано отвечает по содержанию задания;

– обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, в том числе самостоятельно составленные;

– излагает материал последовательно и правильно.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1 – 2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

– излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

– не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

– излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

12.2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестирования обучающихся

Тестирование проводится по изученным разделам учебной дисциплины для выявления уровня знаний, умений и навыков обучающегося, мотивирования обучающегося к активизации самостоятельной работы по усвоению учебного материала, выявления и устранения пробелов в знаниях, повышения дисциплины и организации учебной деятельности обучающегося.

Тестирование проводится в СУО СибГИУ в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся. Для тестирования используются вопросы из базы типовых тестовых заданий по изученным разделам учебной дисциплины. Обучающийся выбирает один или несколько ответов из предложенных вариантов ответа.

Оценка формируется в соответствии с критериями таблицы:

Оценка	Процент правильных ответов
Зачтено	55-100
Не зачтено	0-54,9

12.2.3 Рекомендации по оцениванию в процессе наблюдения за работой на практическом занятии

Подготовку к практическим работам обучающиеся осуществляют в рамках самостоятельной работы.

Критерии оценки в процессе наблюдения за работой на практическом занятии:

– самостоятельность выполнения задания и работы с методическими указаниями (учитывается работа в течение занятия, быстрота и способность нахождения в методических указаниях нужной информации);

– правильность выполнения работы (учитывается последовательность выполняемых действий, умение применять изучаемый материал для выполнения заданий; умение работать с инструментами и/или средствами вычислительной техники);

– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения работы с учетом индивидуальных особенностей обучающихся);

– активность обучающегося при выполнении практической работы (учитывается индивидуальная работа и работа в группе).

Критерии оценки по результатам наблюдения за работой на практическом занятии

Наименование параметра оценки	Максимальное количество баллов
Самостоятельно выполняет задания; умеет работать с методическими указаниями.	2
Выполняет работу правильно, в том числе в правильной последовательности; умеет применять изучаемый материал для выполнения заданий; умеет работать с инструментами и/или средствами вычислительной техники.	2
Рационально использует время, отведенное на задание; проявляет активность при выполнении практической работы.	1
Итого	**5**

Максимальное количество – 5 баллов соответствует оценке «отлично», 4 балла – «хорошо», 3 балла – «удовлетворительно», 2 балла – «неудовлетворительно».

Задания и вопросы для текущего контроля знаний обучающихся по разделам учебной дисциплины приведены в приложении.

13 Промежуточный контроль

13.1 Оценочные средства для промежуточной аттестации

обучающихся по учебной дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения учебной дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала.

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по учебной дисциплине является: зачет.

Оценочные средства промежуточной аттестации включают: вопросы к зачету.

13.2 Оценивание обучающегося на зачете

Оценка	Требования к знаниям
зачтено	Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если он твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по учебной дисциплине.

Оценка	Требования к знаниям
не зачтено	Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной учебной дисциплине.

Задания и вопросы для промежуточного контроля знаний обучающихся приведены в приложении.

14 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

а) литература:

1 Малюк, В. И. Современные проблемы менеджмента : учебник для вузов / В. И. Малюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08338-5. – URL: https://urait.ru/bcode/585325 (дата обращения: 12.05.2026);

2 Попов, С. А. Стратегический менеджмент: актуальный курс : учебник для вузов / С. А. Попов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 481 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09665-1. – URL: https://urait.ru/bcode/582972 (дата обращения: 12.05.2026);

3 Корягина, И. А. Современные проблемы теории управления : учебник для вузов / И. А. Корягина, М. В. Хачатурян. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 188 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06934-1. – URL: https://urait.ru/bcode/586567 (дата обращения: 12.05.2026).

б) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1 Электронный каталог : сайт / Научно-техническая библиотека СибГИУ. – Новокузнецк, [199 –]. – URL: http://libr.sibsiu.ru. – URL: https://libr.sibsiu.ru;

2 Электронная библиотека // Научно-техническая библиотека СибГИУ : сайт. – Новокузнецк, [200 –]. – URL: http://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: https://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp;

3 Консультант студента : электронно-библиотечная система / ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА». – Москва, [200 –]. – URL: http://www.studentlibrary.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

4 ЛАНЬ : электронно-библиотечная система : [коллекция «Единая профессиональная база знаний для технических вузов - Издательство

Лань" ЭБС»] / ООО «Издательство ЛАНЬ». – Санкт-Петербург, [200 –]. – URL: http://e.lanbook.com. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

5 Образовательная платформа ЮРАЙТ / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Москва, [200 –]. – URL: https://urait.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

6 Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Директ-Медиа». – Москва, [200 –]. – URL: https://biblioclub.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: http://www.biblioclub.ru;

7 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU : база данных / ООО «НЭБ». – Москва, [200 –]. – URL: http://elibrary.ru. – Режим доступа: по подписке;

8 Электронные периодические издания ИВИС : универсальная база данных / ООО «ИВИС». – Москва, [200 –]. – URL: http://eivis.ru. – Режим доступа: по подписке.

в) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– 7-Zip;
– Adobe Acrobat Reader;
– Astra Linux Special Edition;
– Kaspersky Endpoint Security;
– Microsoft Office;
– Microsoft Windows;
– OnlyOffice;
– WinRAR;
– Р7-Офис;
– Электронный периодический справочник Система ГАРАНТ.

г) базы данных и информационно-справочные системы:

1 ГАРАНТ : справочно-правовая система / ООО «Правовой центр «Гарант». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

2 КонсультантПлюс : справочно-правовая система / ООО «Информационный центр АНВИК». – Новокузнецк, [199 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.;

3 Техэксперт : информационно-справочная система / ООО «Группа компаний «Кодекс». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

15 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины включает учебные аудитории, оснащенные оборудованием, компьютерной техникой, и техническими средствами обучения, в том числе:

- учебную аудиторию для проведения занятий лекционного типа, оборудованную учебной доской, экраном и мультимедийным проектором;
- учебную аудиторию для проведения занятий семинарского типа (практических занятий);
- учебную аудиторию (помещения) для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, научно-техническую библиотеку СибГИУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент».

Составитель(и):

доцент Дубовик Юлия Валерьевна (кафедра менеджмента и территориального развития).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры.

Согласована:

Директор ЧОУ ДПО «Региональный центр подготовки персонала «Евраз-Сибирь»  А.В. Домнышев

Приложение

Тестовые задания для входного контроля знаний обучающихся

Выберите один или несколько правильных ответов.

1) Бизнес-единицы – это...

а) отделы, подразделения
б) различные направления деятельности компании
в) предпринимательские организации

2) Конкуренция – это...

а) процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение потребностей.
б) обладаемая системой какая-либо эксклюзивная ценность, дающая ей превосходство перед конкурентами.
в) свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.
г) направление деятельности организации в долгосрочной перспективе, которое помогает достичь преимущества для организации в изменяющейся деловой среде для удовлетворения потребностей рынков и ожиданий заинтересованных лиц.

3) С увеличением количества соперничающих фирм конкуренция...

а) усиливается
б) ослабевает

4) Монополистическая конкуренция отличается от чистой конкуренции

а) количеством продавцов
б) количеством покупателей
в) однородностью товара

5) Какие из ниже перечисленных функций управления относятся к общим:

а) мотивация
б) информирование
в) контроль
г) принятие решений
д) прогнозирование

6) Элементами деловой среды являются:

а) информация;
б) макросреда;
в) конкурентная среда;
г) заинтересованные группы.

7) Линейный руководитель – это тот, кто:

а) контролирует деятельность всей организации
б) руководит деятельностью подчиненных ему производственных подразделений и работников
в) отвечает за определенную сферу деятельности в организации
г) руководит подразделениями или организацией в целом, оказывая прямое воздействие на подчиненных, решая все возникающие проблемы управления

8) Основные факторы макросреды:

а) экономические условия;
б) демографические факторы;
в) политические факторы;
г) потребители;
д) природные условия;
е) возможности фирм-производителей.

9) Какая позиция в матрице БКГ соответствует стратегии отступления?

а) «звезды»;
б) «собаки»;
в) «трудного ребенка».

10) Что такое жизненный цикл товара?

а) кругооборот товара;
б) время годности товара;
в) время с выхода товара на рынок и до его ухода с рынка.

Задания и вопросы для текущего контроля знаний обучающихся по разделам (темам) учебной дисциплины

1 Устный опрос на занятиях

Раздел 1 Особенности современного этапа экономического развития. Актуальные проблемы российской и мировой экономики и менеджмента

Перечень примерных вопросов для устного опроса:

1) Каковы основные тенденции развития мировой экономики на современном этапе?

2) В чем состоят особенности современного этапа экономического развития в нашей стране? Сформулируйте основные тенденции.

3) В чем проявляются изменения основных подходов к управлению в Российской Федерации. Какие факторы их определяют?

4) В чем состоят особенности современной системы взглядов на управление за рубежом?

Раздел 2 Глобализация экономики и менеджмент

Перечень примерных вопросов для устного опроса:

1) Какая деятельность относится к международному бизнесу компаний?

2) Объясните различие понятий «многонациональный бизнес» и «глобальный бизнес».

3) Назовите различные варианты внешнеэкономической деятельности и их основные особенности.

4) Сформулируйте основные тенденции в международной деловой среде.

5) Каковы преимущества выхода на внешний рынок для современных компаний?

6) Назовите источники риска при выходе на внешний рынок.

7) Перечислите способы выхода компаний на зарубежные рынки (операционные стратегии). Какие из них связаны с зарубежным производством, с приобретением прав собственности за рубежом?

8) Каковы особенности анализа международной деловой среды?

9) Какова специфика анализа культурных факторов в контексте международной деловой среды?

10) Сформулируйте стратегии, учитывающие различия в деловой среде.

11) Что подразумевает интегрированный бизнес на внутреннем и внешнем рынках?

12) В чем заключается отличия интернациональной, многонациональной и глобальной организации?

13) Какие подходы к организации международного бизнеса могут применять компании?

Раздел 3 Современные стратегии управления

Перечень примерных вопросов для устного опроса:

1) Чем отличаются понятия «стратегический менеджмент» и «операционный менеджмент».

2) Сформулируйте отличия понятий «стратегический менеджмент» и «стратегическое планирование».

3) Какова роль стратегического менеджмента в управлении организацией?

4) Что относится к экономическим, политическим, технологическим, социально-культурным факторам?

5) Что представляет собой «цепочка ценностей» компании? Каким образом данная концепция может применяться для анализа конкурентоспособности компании и принятия управленческих решений?

6) Раскройте содержание понятий «миссия», «цель», «задачи».

7) Опишите элементы стратегического менеджмента, процесс стратегического менеджмента.

8) Охарактеризуйте роль стратегического анализа в менеджменте.

9) Что относится к процессу стратегического выбора?

10) Какие вопросы охватывает реализация стратегии?

11) Охарактеризуйте различные подходы к формированию стратегии развития организации.

12) Сформулируйте основные характеристики обучающейся организации. В каких ситуациях возможно применение данной концепции?

Раздел 4 Информационные технологии. Их роль в менеджменте организаций и изменении бизнес-среды

Перечень примерных вопросов для устного опроса:

1) Назовите основные направления влияния новых технологий на сферу менеджмента организации.

2) Сформулируйте возможные негативные последствия распространения информационных технологий с точки зрения компаний, потребителей, экономики в целом.

3) Объясните, каким образом информационные технологии могут влиять на трансформацию или появление новых товаров.

4) Каковы основные направления влияния информационных технологий на цепочку ценностей компании?

5) В чем проявляется влияние информационных технологий на создание конкурентного преимущества?

6) Каким образом информационные технологии могут воздействовать на составляющие модели «пяти сил» М.Портера?

7) Объясните, каким образом информационные технологии могут влиять на появление новых видов бизнеса?

8) Какие условия обеспечивают эффективность инвестиций в информационные технологии в компаниях?

9) В чем состоят преимущества и недостатки виртуальной организации по сравнению с традиционной моделью бизнеса?

Раздел 5 Управление персоналом в условиях современных организаций. Стратегическое значение человеческих ресурсов

Перечень примерных вопросов для устного опроса:

1) Какие элементы включает в себя управление персоналом?

2) Какие вопросы призвана решать кадровая политика организации?

3) Перечислите и обоснуйте качества, которыми должен обладать руководитель.

4) Охарактеризуйте различные стили управления и их особенности.

5) Что должен учитывать менеджер при выборе модели поведения?

6) Каким образом культура организации влияет на возможности реализации инновационных изменений?

7) Какие блоки внутренней среды компании следует рассматривать в процессе планирования и реализации нововведений? Поясните, каким образом различные аспекты деятельности организации влияют на возможности реализации инновационных изменений.

8) Назовите факторы, блокирующие новаторство в организации.

9) Какие факторы поддерживают новаторство в организации?

10) Сформулируйте факторы, усиливающие новаторство в организации.

11) Какие вопросы организационного характера необходимо решить для обеспечения реализации выбранной стратегии?

12) Каким образом организационная структура связана с реализацией стратегии?

13) Какие изменения, как правило, необходимы в организации для обеспечения реализации выбранной стратегии?

Раздел 6 Управление организационными изменениями

Перечень примерных вопросов для устного опроса:

1) Сформулируйте основные причины, диктующие необходимость организационных изменений.

2) Назовите основные типы организационных изменений.

3) Каковы основные причины сопротивления изменениям в организации? Каким образом их можно преодолеть?

4) Опишите основные модели организационных изменений.

5) Рассмотрите следующие модели: «алмазную модель» Г. Левитта, «7S» МакКинси, «культурную сеть» Дж. Джонсона. Объясните их содержание, значение и возможное применение в управлении организационными изменениями.

Раздел 7 Трансформация маркетинговой деятельности в современных условиях

Перечень примерных вопросов для устного опроса:

1) В чем состоит сущность концепции маркетинга?

2) Объясните содержание следующих концепций: социально-этичного маркетинга, маркетинга отношений, международного маркетинга, холистического (целостного) маркетинга.

3) Что означают понятия «сегментирование», «целевые рынки», «целевой сегмент», «целевая аудитория»?

4) В чем отличия дифференцированного и недифференцированного маркетинга?

5) Что такое «кастомизация маркетинга»?

6) Что такое комплекс маркетинга? Из каких элементов он состоит?

7) Опишите различные направления использования Интернета в системе маркетинга предприятия.

2 Выполнение практических работ

Задания для практических работ, теоретический и методический материал для самостоятельного изучения представлены в методических указаниях к практическим занятиям.

Раздел 3 Современные стратегии управления

Примерные задания для практических работ.

Задание 1

Роман Ройек, президент компании Atlas, занимающей 60% польского рынка сухих строительных смесей, сказал: "Поскольку неудобно говорить, что у нас нет документа под названием 'стратегия', то я скажу, что у нас – стратегия быстрого реагирования". Иными словами, компания не строит долгосрочных стратегий, а отдает предпочтение оперативному решению текущих проблем. Заметим, что Atlas – довольно крупная компания, с оборотом более 250 млн долларов.

О каком подходе к формированию стратегии идет речь в рассматриваемой ситуации? Чем обоснован такой подход?

Задание 2

Из опыта исследования бизнеса стран Центральной Европы выявлено, что во многих случаях успешные компании, как правило, сфокусированы на одном бизнесе. Сформулируйте причины, по которым такая стратегия оказывается успешной в условиях вхождения стран Центральной Европы в ЕС.

Задание 3

В общем случае можно выделить несколько ярких черт российского менеджмента: гибкость, идейность, творческий подход; индивидуализм в принятии решений; ориентация на гармонию во взаимоотношениях; стремление к централизации управления, неумение делегировать полномочия; умение принимать решения в условиях неопределённости; субъективизм в принятии решений и следовательно, отсутствие долговременного планирования развития компании, «планирование на полгода»; работа на «личных связях» и как следствие - «кумовство»; умение находить самые короткие и верные пути к взаимопониманию с наемным персоналом и умение эффективно мотивировать работников там, где материальные стимулы уже выработаны; нацеленность на конечный результат; алчность, индивидуализм, неразборчивость в методах; стремление «лично проконтролировать» или недоверие «безответственным подчиненным»; настойчивость, широта «духа» и работоспособность.

Учитывая соответствующий тип менталитета, как вы считаете, какие (какой) из подходов к стратегическому менеджменту являются наиболее распространенными и наиболее обоснованными в российской практике управления.

Задание 4

Сформулируйте условия применения рационального подхода в стратегическом менеджменте и его ограничения.

Задание 5

Поясните, каким образом неопределенность внешней среды влияет на принятие стратегических решений в управлении организациями.

Раздел 4 Информационные технологии. Их роль в менеджменте организаций и изменении бизнес-среды

Примерные задания для практических работ.

Задание 1

Поясните влияние информационных технологий на преобразование товара или услуги по вашему выбору. Классифицируйте выбранную ситуацию, используя Матрицу интенсивности использования информации.

Задание 2

Объясните основные направления влияния информационных технологий на появление новых видов бизнеса. Приведите примеры.

Задание 3

Объясните основные направления влияния информационных технологий на создание конкурентных преимуществ. Приведите примеры.

Задание 4

Объясните, каким образом влияет развитие мобильных приложений для бухгалтерского учета на конкуренцию в сфере аутсорсинга бухгалтерских услуг. Для аргументации используйте модель «5 сил» М. Портера. Каким образом данное обстоятельство может влиять на конкурентоспособность компаний (сферу деятельности выберите на свое усмотрение)?

Задание 5

Объясните, каким образом влияет появление программного обеспечения для закупок организаций общепита на условия конкуренции в ресторанном бизнесе. Для аргументации используйте модель «5 сил» М. Портера. Каким образом указанное нововведение можно использовать для повышения конкурентоспособности фирм?

Раздел 5 Управление персоналом в условиях современных организаций. Стратегическое значение человеческих ресурсов

Примерные задания для практических работ.

Задание 1

Объясните, как эффективное управление человеческими ресурсами способствует общему стратегическому успеху организации?

Задание 2

Сформулируйте, какое значение имеет управление человеческими ресурсами для удовлетворенности сотрудников и формирования организационной культуры?

Задание 3

Обоснуйте, как управление человеческими ресурсами поддерживает разработку и реализацию организационных стратегий?

Задание 4

Сформулируйте, с какими проблемами могут сталкиваться организации при неэффективном управлении своими человеческими ресурсами?

Задание 5

Для конкурентной стратегии на свое усмотрение сформулируйте основные требования к персоналу и базовые рекомендации по управлению персоналом.

Раздел 6 Управление организационными изменениями

Примерные задания для практических работ.

Задание 1

Выберите и кратко опишите ситуацию, связанную с осуществлением проекта изменений в вашей организации (в которой Вы работаете или проходили практику). Определите движущие силы перемен и силы, противодействующие изменениям. Сделайте выводы.

Задание 2

Дайте характеристику ситуаций, в которых следует использовать такие методы преодоления сопротивления инновационным изменениям как:

а) участие и вовлеченность

б) переговоры и соглашения

Задание 3

Имеются следующие виды сдерживающих организационные изменения сил и причины их возникновения. Спрогнозируйте возможные последствия сопротивления персонала нововведениям и запишите их в третий столбец таблицы.

Сдерживающие силы	Причины возникновения	Последствия сопротивления
Эгоистический интерес	Ожидания потерь в результате изменений	
Различное восприятие нововведений	Неадекватное восприятие планов, отсутствие достоверной информации	
Сомнения в технологии проведения изменений	Недоверие компетентности инициаторов изменений	

Задание 4

Имеются следующие виды сдерживающих организационные изменения сил и причины их возникновения. Спрогнозируйте возможные последствия сопротивления персонала нововведениям и запишите их в третий столбец таблицы.

Сдерживающие силы	Причины возникновения	Последствия сопротивления
Неправильное понимание последствий изменений	Низкая степень доверия менеджерам, излагающим план изменений, отсутствие достоверной информации	
Нарушение привычек, традиций и ценностей	Отсутствие информации о выгодах нововведений, которые нарушают сложившееся положение дел	
Наличие прошлых обид	Отсутствие действий для устранения прошлых недоразумений	

Задание 5

Объясните, в чем состоят преимущества модели 7S МакКинзи с точки зрения управления изменениями в организации?

Задание 6

Разъясните возможности применения модели «культурная сеть» Дж. Джонсона для управления изменениями в организации.

Раздел 7 Трансформация маркетинговой деятельности в современных условиях

Примерные задания для практических работ.

Задание 1

Одной из первых форм прямого маркетинга были осуществляемые компаниями розничной торговли продажи потребительских товаров по каталогам. Некоторые магазины и сегодня используют эту форму для увеличения объема продаж (например, создание электронных версий каталогов). Почему розничные торговые предприятия выпускают каталоги? Почему стабильно работающий магазин принимает решение об использовании прямого и онлайнового маркетинга?

Задание 2

Интеллектуальный анализ данных (Data Mining) – способ анализа информации в базе данных, используемый маркетологами для идентификации значимых элементов в хранилище информации о покупках клиентов. С его помощью маркетолог идентифицирует целевых потребителей для специально разработанного предложения, а также получает возможность выделить наиболее выгодных покупателей и разработать программу подкрепления их лояльности.

Какого рода этические и социальные проблемы возникают по мере использования хранилища данных и их анализа? Должна ли компания разрешать потребителям «уходить» из своих информационных хранилищ? Нужно ли требовать от компаний, чтобы они ставил в известность потребителей о том, что их имена и другая информация внесены в определенное информационное хранилище? Как вы считаете, необходимо ли государственное регулирование вопроса сбора и использования в базах данных информации личного порядка о потребителях?

Задание 3

Все большее количество компаний включается в интернет-маркетинг. При этом компании-поставщики должны с осторожностью использовать новые возможности, чтобы не вызвать раздражение покупателей. При регистрации на сайтах компании обычно запрашивают разрешения на отправку вам по электронной почте маркетинговых материалов и сообщение вашей информации другим поставщикам. Компании также интересуются, пользовались ли вы их продукцией. Почему они об этом спрашивают? Зачем компании надо предавать вашу информацию другим маркетологам? Что вы выиграете (или проиграете), если разрешите сообщать ваши данные другим компаниям?

Задание 4

По мере развития Интернета в план маркетинга все чаще включают использование онлайновых возможностей для мероприятий прямого и онлайнового маркетинга. Даже производители, которые поставляют товары для оптовой или розничной торговли, могут использовать прямой и онлайновый маркетинг как составляющий

элемент многоканальной многоэтапной кампании для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций.

Представьте, что вы работаете в компании, которая продает товары для сада и огорода. Ответьте на следующие вопросы:

1. Если в компании отсутствует хорошая база данных, что необходимо знать о ее потребителях (при работе на потребительском рынке) и дистрибьюторах (при работе на деловом рынке)? Как можно собрать необходимую информацию?

2. Как компания может использовать прямой и онлайновый маркетинг для поддержки связей с потребителями и их стимулирования? Как применять прямой и онлайновый маркетинг в работе с торговлей?

Задание 5

По мере развития Интернета в план маркетинга все чаще включают использование онлайновых возможностей для мероприятий прямого и онлайнового маркетинга. Даже производители, которые поставляют товары для оптовой или розничной торговли, могут использовать прямой и онлайновый маркетинг как составляющий элемент многоканальной многоэтапной кампании для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций.

Представьте, что вы работаете в компании, которая продает товары для строительства и ремонта. Ответьте на следующий вопрос:

Какие обращения и каналы наиболее подходят для воздействия на потребителей товаров для строительства и ремонта? Какие из них эффективнее в работе с розничной торговлей? Какие программы вы предложили бы использовать при разработке плана этих мероприятий?

3 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО СибГИУ.

Тестирование по разделам 1-2

Раздел 1 Особенности современного этапа экономического развития. Актуальные проблемы российской и мировой экономики и менеджмента

Примерный перечень вопросов для тестирования.

1) Какие учения из перечисленных относят к новой управленческой парадигме?

а) Ф. Тейлора

б) Э. Мэйо

в) Р. Уотермана

г) Т. Питерса

д) П. Друкера

2) Для новой управленческой парадигмы характерны …

а) рациональная организация производства, эффективное использование всех видов ресурсов и повышение производительности труда

б) ситуационный подход к управлению, признание важности быстроты и адекватности реакции, обеспечивающих адаптацию к условиям существования фирмы

3) Система управления, построенная на контроле всех видов деятельности, функциональном разделении труда, нормах, стандартах и правилах выполнения работы, свойственна…

а) старой парадигме управления

б) новой парадигме управления

4) Изменение парадигмы управления в нашей стране связано с… (указать причину(ы))

а) увеличением значения этики бизнеса

б) децентрализацией управления экономикой

в) лояльностью к работающим

г) повышением производительности труда

5) Сочетание рыночного и государственного регулирования социально-экономических процессов в нашей стране характерно для…

а) старой парадигмы управления

б) новой парадигмы управления

Раздел 2 Глобализация экономики и менеджмент

Примерный перечень вопросов для тестирования.

1) К причинам выхода современных компаний на внешние рынки относятся:

а) достижение экономии масштаба;

б) ответ на конкуренцию со стороны зарубежных фирм;

в) климатические различия;

г) развитие транспорта;

д) внутренний рынок не увеличивается;

е) формирование Европейского валютного союза.

2) Источниками риска при выходе на международный рынок являются:

а) присутствие международных компаний на внутреннем рынке;

б) колебания курсов валют;

в) законодательные барьеры;

г) налогообложение;

д) использование локальных ценовых преимуществ.

е) Евросоюз

к) бюрократия

3) К факторам политического риска относятся:

а) изменения законодательства

б) изменения предпочтений потребителей

в) колебания курсов валют

г) технологические изменения

д) национализация

4) Преимуществами выхода на международный рынок с точки зрения компаний могут быть:

а) возможность получения более высокого дохода

б) увеличение ассортимента товаров и услуг

в) увеличение объема предлагаемых товаров и услуг

г) достижение экономии масштаба при расширении рынка сбыта

д) снижение риска при уменьшении зависимости от одного рынка

5) Членом каких экономических блоков является Российская Федерация?

а) ВТО

б) Меркосур

в) ЕС

г) ЕврАзЭс

д) ШОС

6) К операционным стратегиям относятся

а) франчайзинг;

б) стратегические альянсы;

в) хеджирование;

г) лизинг.

7) Операционные стратегии, связанные с приобретением прав собственности за рубежом:

а) совместное предприятие;

б) дочернее предприятие;

в) стратегический альянс;

г) управленческий контракт.

8) Какие из перечисленных ниже операционных стратегий могут использоваться для передачи технологий:

а) франчайзинг;

б) патенты;

в) лицензирование;

г) прямой экспорт;

д) местное сборочное производство.

9) Какие из факторов макросреды оказывают влияние на успех деловых переговоров, восприятие потребительских товаров и рекламы, отношение к работе:

а) экономические;

б) социально-культурные;

в) политические факторы;

г) технологические.

10) Стратегии, учитывающие культурные различия:

а) адаптация;

б) стандартизация;

в) гармонизация.

11) Культурные факторы являются наиболее сложными для изучения и восприятия в процессе анализа международной деловой среды.

а) Верно

б) Неверно

12) Наиболее эффективный метод преодоления культурных различий – это...

а) использование услуг переводчика;

б) минимизация критерия собственной культуры;

в) пребывание за границей.

13) Гипотеза культурной независимости состоит в том, что...

а) индустриализация и улучшение коммуникаций способствуют сближению культур разных стран;

б) культурные различия приводят к различным стилям управления, маркетинга, организационным структурам и т.д.

14) Гипотеза культурной специфики состоит в том, что ...

а) индустриализация и улучшение коммуникаций способствуют сближению культур разных стран

б) культурные различия приводят к различным стилям управления, маркетинга, организационным структурам и т.д.

15) Культура нации не влияет на использование технологий.

а) Верно

б) Неверно

16) Технологические факторы способствуют сближению культур различных стран.

а) Верно

б) Неверно

17) Войны и торговля являются причинами культурных изменений.

а) Верно

б) Неверно

18) Наши собственные ценности создают проблемы в процессе анализа культуры.

а) Верно

б) Неверно

19) Гипотеза культурной специфики полностью объясняет успех японского бизнеса.

а) Верно

б) Неверно

20) Этноцентрический подход состоит в...

а) ориентации на условия бизнес-среды страны происхождения

б) адаптации к условиям бизнес-среды стран, в которых работает компания;

в) адаптации к условиям бизнес-среды регионов, в которых работает компания;

г) том, что в зависимости от сходств и различий бизнес-среды страны происхождения и страны базирования могут использоваться различные подходы для различных видов деятельности.

21) Интернациональная, многонациональная и глобальная организация различаются...

а) степенью самостоятельности подразделений в принятии решений

б) охватом географических рынков;

в) типом организационной структуры.

22) Максимальная степень самостоятельности подразделений на местах в...

а) интернациональной организации;

б) многонациональной организации

в) глобальной организации.

Тестирование по разделу 3

Раздел 3 Современные стратегии управления

Примерный перечень вопросов для тестирования.

1) Корпоративная стратегия – ...

а) аспекты, относящиеся к функционированию организации в целом: определение целей и направление деятельности организации, структура и финансирование деятельности и т.д.

б) является основой для всех прочих стратегических решений.

в) стратегические решения, позволяющие достичь преимущества над конкурентами на определенных рынках.

г) стратегия бизнес-единиц.

д) аспекты, относящиеся к функционированию организации, и подразделений, в том числе координация деятельности между подразделениями и внутри подразделений.

е) управление процессом принятия стратегических решений.

2) Конкурентная стратегия –

а) аспекты, относящиеся к функционированию организации в целом: определение целей и направление деятельности организации, структура и финансирование деятельности и т.д.

б) является основой для всех прочих стратегических решений.

в) стратегические решения, позволяющие достичь преимущества над конкурентами на определенных рынках.

г) стратегия бизнес-единиц.

д) аспекты, относящиеся к функционированию организации, и подразделений, в том числе координация деятельности между подразделениями и внутри подразделений.

е) управление процессом принятия стратегических решений.

3) Элементами стратегического менеджмента являются:

а) стратегический анализ

б) стратегический выбор

в) реализация стратегии

г) стратегический апекс

д) стратегическая конкуренция

4) Целью стратегического анализа является...

а) определить ключевые факторы, влияющие на настоящее и будущее благосостояние организации, какие возможности предоставляются организации в существующей деловой среде, какие сильные стороны организация может использовать для достижения и поддержания конкурентного преимущества.

б) управление процессом принятия стратегических решений.

в) формулировка целей, стоящих перед организацией.

5) Стратегическое позиционирование означает...

а) увеличение производительности за счет применения новых методов и средств управления, в том числе: управление качеством, реинжиниринг, менеджмент изменений, партнерство, заключение субдоговоров для выполнения работ внешними фирмами и т.д.; означает выполнение сходных видов деятельности лучше, чем это делают конкуренты.

б) осуществление отличных от конкурентов видов деятельности или выполнение схожей деятельности, но другими путями.

в) быстрое распространение наилучших способов организации производственных работ среди конкурентов. Соперники быстро перенимают передовые приемы менеджмента, новые технологии, вводят усовершенствования и лучшие способы удовлетворения потребителей.

6) Источниками стратегического преимущества могут быть:

а) снижение издержек

б) дифференцирование

в) гибридная стратегия

г) фокусное дифференцирование

д) реклама

7) Устойчивость конкурентного преимущества обеспечивается:

а) координацией видов деятельности

б) применением новых технологий, оборудования

в) квалификацией персонала

г) применением информационных технологий в производстве и реализации продукции

8) Операционная эффективность обеспечивается:

а) координацией видов деятельности

б) применением новых технологий, оборудования

в) квалификацией персонала

г) применением информационных технологий в производстве и реализации продукции

9) К основным видам деятельности в цепочке ценности компании относятся:

а) маркетинг и продажи

б) производство

в) технологическое развитие

г) поставки сырья

д) управление человеческими ресурсами

10) К вспомогательным видам деятельности в цепочке ценности компании относятся:

а) маркетинг и продажи

б) производство

в) технологическое развитие

г) поставки сырья

д) управление человеческими ресурсами

11) Стратегическое управление – это:

а) такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей

б) непрерывно протекающий в компании системный процесс, направленный на определение приоритетов социальной политики компании, формирование среды корпоративной социальной ответственности, в том числе через обучение сотрудников, с помощью создаваемой в компании специализированной структуры управления, которая осуществляет подготовку, реализацию и координацию социальных программ, а также занимается процессом оценки результатов их реализации и доводит до сведения заинтересованных лиц эти результаты

в) управление организацией, функционирующей в условиях рыночной экономики

г) способ управления компанией, предназначенный для справедливого распределения результатов деятельности

12) Взгляд на работников как основу организации, ее главную ценность и источник ее благополучия характерен для:

а) стратегического управления

б) оперативного управления

в) корпоративного управления

г) управления социальной деятельностью

13) Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это...

а) операционная стратегия

б) конкурентная стратегия

в) корпоративная стратегия

14) Стратегия подразделения по производству синтетических волокон многоотраслевой корпорации – это...

а) корпоративная стратегия

б) конкурентная стратегия

в) функциональная стратегия

г) операционная стратегия

15) Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности – это…

а) операционная стратегия

б) конкурентная стратегия

в) корпоративная стратегия

16) Согласно пониманию стратегии как плана, у нее есть две существенные характеристики:

а) сознательность

б) намеренность

в) реализуемость

г) спонтанность

17) Переработка общих сведений о направлении и намерениях, поступающих с корпоративного уровня в конкретные стратегии групповой и индивидуальной деятельности осуществляется на:

а) уровне предприятия

б) функциональном уровне

в) уровне отдельных исполнителей

18) На каком организационном уровне определяется назначение компании, разрабатывается миссия и цели организации, а также выделяются ключевые области деятельности?

а) на корпоративном уровне

б) на уровне предприятия

в) на функциональном уровне

19) На корпоративном уровне:

а) выявляются ключевые области деятельности

б) выделяются ресурсы для каждого вида деятельности

в) разрабатываются конкретные стратегии групповой и индивидуальной деятельности

г) разрабатываются функциональные стратегии

20) На уровне ……. стратегические задачи чаще всего нацелены на успех в конкурентной борьбе

а) предприятия
б) корпорации
в) отдельных структурных подразделений
21) Какие пять толкований стратегии выделял Г. Минцберг?
а) план, ловкий прием, паттерн, позиция, перспектива
б) план, видение, прогнозирование, позиция, перспектива
в) ловкий прием, модель, паттерн, перспектива, позиция
г) план, прогнозирование, паттерн, позиция, перспектива
22) Внутренняя среда включает:
а) культуру организации
б) финансовые ресурсы муниципального бюджета
в) человеческие ресурсы
г) потребителей и конкурентов
д) основные и вспомогательные виды деятельности
23) В анализе внутренней среды компании используются:
а) «цепочка создания ценности»
б) «7S МакКинзи»
в) «Пять сил» М.Портера

Тестирование по разделам 4,7

Раздел 4 Информационные технологии. Их роль в менеджменте организаций и изменении бизнес-среды

Примерный перечень вопросов для тестирования.

1) В современной экономике основными направлениями влияния информационных технологий на конкуренцию являются:
а) проникновение информационных технологий в цепочку ценности
б) преобразование товара
в) изменение характера конкуренции в отрасли
г) преобразование отдельных видов деятельности
д) вытеснение ручного труда
е) изменение потребностей клиентов

2) Информационные технологии способствуют достижению и поддержанию конкурентного преимущества, если…
а) используются для автоматизации производства
б) используются для учета и ведения записей
в) используются для координации видов деятельности

3) Под информационным компонентом продукта подразумевается:
а) информация о товаре
б) информация, которая сама по себе является товаром
в) обработку информации в процессе использования товара
г) обработку информации в процессе производства
д) информация, которая необходима для его производства

4) Интенсивность информации в цепочке ценности является высокой в следующих отраслях:

а) производство цемента

б) производство сахара

в) нефтеочистка

г) банковское дело

д) выпуск печатных периодических изданий

5) Интенсивность информации в цепочке ценности является низкой в следующих отраслях:

а) производство цемента

б) производство сахара

в) нефтеочистка

г) банковское дело

д) выпуск печатных периодических изданий

6) Информационное содержание продукта является высоким в следующих отраслях:

а) обогащение угля

б) производство цемента

в) нефтеочистка

г) банковское дело

д) выпуск печатных периодических изданий

7) Информационное содержание продукта является низким в следующих отраслях:

а) обогащение угля

б) производство цемента

в) нефтеочистка

г) банковское дело

д) выпуск печатных периодических изданий

8) Направлениями влияния информационных технологий на изменение конкуренции являются:

а) изменение структуры отрасли

б) использование информационных технологий для создания конкурентного преимущества

в) появление новых видов бизнеса

г) приобретение компьютеров для домашнего пользования, их подключение к сети «Интернет»

д) автоматизированная обработка заказов

9) Влияние информационных технологий на цепочку ценности компании заключается в следующем:

а) Информационная технология позволяет собирать или получать информацию, которая прежде была недоступна.

б) Информационная технология преобразует также физическую обработку компонентов производства.

в) Технология создает новые связи между отдельными направлениями деятельности, и компании могут теперь лучше

координировать свои усилия с действиями своих поставщиков или потребителей.

г) Информационная технология позволяет автоматизировать обработку заказов.

д) Информационные технологии порождают новые виды бизнеса.

е) Информационные технологии изменяют структуру отрасли.

10) Информационные технологии могут оказать влияние на конкурентное преимущество:

а) с точки зрения издержек

б) с точки зрения дифференцирования

в) с точки зрения диверсификации

11) Влияние информационных технологий на изменение масштабов конкуренции состоит в следующем:

а) Технология повышает способность компании координировать свои виды деятельности в региональных, национальных и глобальных масштабах. Она может расширить географические границы для достижения конкурентного преимущества.

б) Информационная революция создает взаимосвязи между отраслями, которые прежде существовали независимо друг от друга.

в) Компании, нацеленные на широкий рынок, получили новые возможности сегментирования

г) Новая технология позволяет производить продукцию под заказ

д) Может изменить издержки компании в любой части цепочки ценности: автоматизированная сборка, компьютерное моделирование

12) Чтобы извлечь выгоду от использования информационных технологий для достижения конкурентного преимущества необходимы следующие условия:

а) Информационные технологии, используемые в организации, должны быть подкреплены соответствующими средствами коммуникации и быть совместимыми.

б) Использовать новейшие достижения в области информационных технологий.

в) Определить приоритетные направления для инвестиций в информационные технологии, будет ли информация играть стратегическую роль в отрасли.

Раздел 7 Трансформация маркетинговой деятельности в современных условиях

Примерный перечень вопросов для тестирования.

1) Адаптация комплекса маркетинга

а) позволяет упростить менеджмент, способствует экономии масштаба

б) позволяет учитывать различия в особенностях потребителей, в том числе в их вкусах, доходах, традициях, процессе принятия решений о покупке

2) Стандартизация комплекса маркетинга

а) позволяет упростить менеджмент, способствует экономии масштаба

б) позволяет учитывать различия в особенностях потребителей, в том числе в их вкусах, доходах, традициях, процессе принятия решений о покупке

3) Элементами комплекса маркетинга для материальных благ (товаров) являются:

а) товар, цена, персонал, качество

б) товар, цена, место, продвижение

в) товар, стимулирование сбыта, место, цена

г) товар, цена, место, продвижение, внешние признаки, персонал, процесс обслуживания

4) Сегментация – это …

а) разделение потребителей на однородные группы

б) определение места для своего товара в ряду аналогов

5) Позиционирование – это…

а) разделение потребителей на однородные группы в соответствии с потребностями

б) определение места для своего товара в ряду аналогов

6) Дифференцирование – это…

а) действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы создать обособленное благоприятное впечатление в сознании целевой группы потребителей

б) процесс разработки ряда существенных особенностей товара, призванных отличить его от товаров-конкурентов

7) Маркетинговые стратегии включают решения

а) о выборе рынков и сегментов, проникновении на рынки, ухода с рынков

б) о выборе источников данных для принятия обоснованных решений

в) о позиционировании и дифференцировании товарных предложений

г) о размещении рекламы

д) ключевые решения относительно комплекса маркетинга

8) К особенностям Интернет-маркетинга относятся:

а) переход ключевой роли от производителей к потребителям

б) изменение временного масштаба

в) снижение потребности в проведении маркетинговых исследований

г) снижение трансакционных издержек

д) персонализация взаимодействия

е) возрастание роли криптовалют в расчетах с потребителями

9) Электронная коммерция – это…

а) любая деятельность, использующая возможности глобальных информационных сетей для ведения коммерческой деятельности.

б) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом.

в) теория и методология организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета.

10) Коммуникационные процессы, протекающие в Интернете, чаще всего могут быть описаны моделями:

а) «многие к многим»

б) «один к одному»

в) «один к многим»

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1 Современная система взглядов на управление.

2 Характеристика современного этапа экономического развития в нашей стране и за рубежом.

3 Основные проблемы менеджмента на современном этапе развития экономики

4 Глобализация экономики и менеджмент. Предпосылки глобализации.

5 Особенности деловой среды международного бизнеса. Проблема межкультурных взаимодействий при ведении международного бизнеса.

6 Операционные стратегии в международном бизнесе: прямые инвестиции, слияния и поглощения, стратегические альянсы, франчайзинг, лицензирование, экспорт.

7 Международные, транснациональные, глобальные компании: особенности менеджмента.

8 Стратегический менеджмент как антикризисный инструмент.

9 Стратегический анализ и проблема неопределенности деловой среды.

10 Процесс формирования стратегии: различные конфигурации и концепции.

11 Рациональный подход к формированию стратегии.

12 Логический инкрементализм.

13 Роль политических процессов в стратегическом менеджменте.

14 Самоорганизация, адаптивность и хаос в формировании стратегии.

15 Обучающаяся организация

16 Тенденции развития информационных технологий и их практического применения в менеджменте.

17 Возможности информационных технологий для повышения эффективности труда менеджера. Возможные негативные последствия распространения информационных технологий.

18 Воздействие информационных технологий на различные виды деятельности компаний.

19 Преобразование товаров и услуг с помощью информационных технологий.

20 Изменение характера конкуренции под воздействием информационных технологий.

21 Виртуальная организация

22 Стратегическое значение управления человеческими ресурсами в условиях современных организаций.

23 Развитие навыков и личности сотрудника. Мотивация.

24 Команды в управлении. Современные концепции лидерства и качества современного менеджера.

25 Формирование организационной культуры.

26 Организационные структуры и взаимодействие в коллективе

27 Определение и типология организационных изменений. Движущие силы перемен и противостояние изменениям

28 Подходы к изменениям. Стратегии и модели изменений

29 Развитие концепции маркетинга и усиление его стратегической ориентации. Индивидуализация и кастомизация маркетинга.

30 Развитие маркетинговых инструментов: интегрированные маркетинговые коммуникации, партнерские отношения с посредниками и т.д.

31 Интернет-маркетинг.

32 Глобализация маркетинговой деятельности