

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО ВГУ)**

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Экономики и управления организациями
Ю.И. Трещевский
25.04.2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В. ДВ.15.01 Модели формирования деловой стратегии предприятия

- 1. Шифр и наименование направления подготовки:** 38.03.01 Экономика
- 2. Профиль подготовки:** Экономика предприятий и организаций
- 3. Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр
- 4. Форма образования:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** Экономики и управления организациями
- 6. Составитель программы:** к.э.н., доц. Голикова Наталья Владимировна
- 7. Рекомендована:** НМС экономического факультета протокол № 4 от 16.04.2020г.
- 8. Учебный год:** 2023/2024 **Семестр:** 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Дисциплина «Модели формирования деловой стратегии» является дисциплиной специализации, входящей в программу подготовки бакалавров. Дисциплина рассчитана на студентов, изучивших общепрофессиональные и социально-экономические дисциплины, являющиеся для него базовыми.

Цель изучения дисциплины - теоретическая и практическая подготовка студентов по формированию у них системного мышления и навыков стратегического моделирования архитектуры бизнеса в условиях глобализации и информатизации современной экономики.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются: умение использовать приобретенные теоретические знания в практической деятельности по формированию деловой стратегии коммерческой организации.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: профессиональный цикл, дисциплина по выбору.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-4	- способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	знать: подходы к описанию экономических процессов и явлений процессе формирования деловой стратегии коммерческой организации; уметь: строить стандартные теоретические эконометрические модели формирования деловой стратегии коммерческой организации; владеть: навыками анализа и содержательной интерпретации результатов применения стандартных теоретических моделей формирования деловой стратегии коммерческой организации.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час — 2/72.

Форма промежуточной аттестации: зачет

13. Виды учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)	
	Всего	По семестрам 7 сем.
Аудиторные занятия	36	36
в том числе:		
лекции		
практические	36	36
лабораторные	0	0
Самостоятельная работа	36	36
Итого:	72	72
Форма промежуточной аттестации	зачет	

13.1. Содержание дисциплины:

п/п	Наименование темы дисциплины	Содержание темы дисциплины
	Практические занятия	

1	Методологические основы построения моделей формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах.	Методические подходы, принципы, субъекты, объекты, цели. Противоречия, закономерности процесса формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах.
2	Технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы.	Эволюция взглядов на природу фирмы. Содержание технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы.
3	Модель турбулентности среды обитания фирмы	Содержание, назначение, условия применения модели турбулентности среды обитания фирмы.
4.	Модель динамики власти.	Содержание, назначение, условия применения модели динамики власти.
5	Модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»	Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»
6	Модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура- поведение- результат»	Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура- поведение- результат».
7	Холистический подход и модели стратегического выбора	Содержание, назначение, условия применения моделей стратегического выбора с применением холистического подхода.
8	Модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.	Содержание, назначение, условия применения модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1.	Методологические основы построения моделей формирования деловой стратегии фирмы в рыночных структурах.		6		6	12
2.	Технологическая, институциональная, интегральная концепции фирмы.		4		4	8
3.	Модель турбулентности среды обитания фирмы		4		4	8
4.	Модель динамики власти.		4		4	8
5.	Модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»		4		4	8
6.	Модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура- поведение- результат»		4		4	8
7.	Холистический подход		6		6	12

	и модели стратегического выбора					
8.	Модели формирования деловой стратегии интеллектуальной фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.		4		4	8
	Итого:		36		36	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основное внимание при работе с конспектами лекций и выполнении практических заданий необходимо обратить на взаимосвязь подходов к формированию деловой стратегии коммерческой организации и содержания моделей формирования деловой стратегии коммерческой организации.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Панов, А.И. Стратегический менеджмент / А.И. Панов ; Коробейников И. О. ; Панов В. А. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 303 с. ЭБС: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117341
2	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. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/444145
3	Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон ; Стрикленд А. Д. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 578 с. ЭБС: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118643
4	Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент / А.Н. Фомичев .— Москва : Дашков и Ко, 2014 .— 468 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Каячев, Г.Ф. Стратегия промышленной фирмы на основе реальных опционов / Г.Ф. Каячев ; Пекшева В. С. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2010 .— 108 с. ЭБС: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229258

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
5	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=5974
6	http://biblioclub.ru/
7	www.lteam.ru .
8	www.Glossary.ru
9	www.positivemanagement.ru
10	www.elitarium.ru
11	www.social.ru
12	www.strategy.bos.ru/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1.	Голикова Н.В. Стратегический менеджмент: модели формирования деловой стратегии фирмы: учебное пособие / Н.В.Голикова, Г.В.Голикова. - Воронеж: Научная книга, 2013.- 108 с.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Программа курса реализуется с применением дистанционных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория (ауд. 207Б): специализированная мебель, ноутбук HP Probook 450 15.6", проектор Acer X1240, экран для проектора настенный Projecta Compact Electrol, WHDMI-приемник. Адрес объекта: 394068, Воронежская область, г.Воронеж, ул. Хользунова, д.42в, этаж – 2, пом. 36

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ПК-4 способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	знать: подходы к описанию экономических процессов и явлений процессе формирования деловой стратегии коммерческой организации;	Тема 1-4.	Тестовые задания
	уметь: строить стандартные теоретические эконометрические модели формирования деловой стратегии коммерческой организации;	Тема 5-6.	Темы рефератов
	владеть: навыками анализа и содержательной интерпретации результатов применения стандартных теоретических и экономических моделей формирования деловой стратегии коммерческой организации.	Тема 7-8.	Темы рефератов
Промежуточная аттестация			Вопросы к зачету

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Знание теоретических основ дисциплины, умение решать задачи и анализировать практические ситуации, представление рефератов и выступление с докладами.	Базовый уровень	зачтено
Отсутствие знаний основных терминов, используемых в дисциплине, неумение решать задачи и анализировать практические ситуации, отсутствие рефератов и выступлений с докладами.	Низкий уровень	Не зачтено

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

19.3.1 Перечень вопросов зачету:

1. Матричные модели в процессе формирования стратегии предприятия.
2. Эволюция взглядов на природу организации.
3. Вклад неоклассической теории в становление технологической теории фирмы.
4. Технологическая теория фирмы: вклад О.Баумоля.
5. Технологическая теория фирмы: вклад А.Маршала.
6. Технологическая теория фирмы: вклад И. Шумпетера.
7. Технологическая теория фирмы: вклад Р.Марриса.
8. Технологическая теория фирмы: вклад А. Смита.
9. Технологическая теория фирмы: вклад Чемберлина.
10. Технологическая теория фирмы: вклад Дж. Робинсон.
11. Институциональная теория фирмы.
12. Институциональная теория фирмы: вклад О. Уильямсона.
13. Стратегическая теория фирмы.
14. Определение стратегии в рамках «Школы внешней среды».
15. Определение стратегии в рамках «Школы планирования».
16. Определение стратегии в рамках «Школы культуры».
17. Определение стратегии в рамках «Школы дизайна».
18. Определение стратегии в рамках «Школы власти».
19. Определение стратегии в рамках «Когнитивной школы».
20. Определение стратегии в рамках «Школы конфигурации».
21. Определение стратегии в рамках «Школы предпринимательства».
22. Определение стратегии в рамках «Школы позиционирования».
23. Определение стратегии в рамках «Школы обучения».
24. Иерархия стратегий коммерческой организации.
25. Понятие деловой стратегии.
26. Модель управления посредством выбора и ранжирования стратегических задач.
27. Модель управления посредством выбора стратегических позиций.
28. Модель стратегического управления по сильным и слабым сигналам.
29. Модель управления в условиях стратегических неожиданностей.
30. Аналитическая ценность модели БКГ, преимущества, недостатки.
31. Основной недостаток модели Портера.
32. Многофакторный анализ на основе матрицы Мак-Кинзи.
33. Основной недостаток модели Мак-Кинзи.
34. Модель Томпсона и Стриккланда; содержание и назначение.
35. Главная идея модели Shell/DPM.
36. Стратегические альтернативы модели Hofer / Schendel.
37. Основные переменные модели ADL / LC.
38. Основные переменные модели SPACE
39. Модель Томпсона – Стриккланда: содержание, назначение.
40. Модель В.С. Ефремова: условия применения.
41. Содержание стратегического анализа ключевых компетенций.
42. Модель поведения фирмы аутсайдера.
43. Модель поведения доминирующей фирмы.
44. Модель баланса интересов стейкхолдеров по М. Фоллетт.

45. Модель Курно.
46. Модель Бертрана.
47. Парадокс Бертрана: содержание, применение.
48. Модель Эджворта.
49. Модель Хорфиндаля-Хиршмана.
50. Модель Форхаймера.
51. Модель Штакельберга.
52. Содержание технологической, институциональной, интегральной концепции фирмы.
53. Модель турбулентности внешней среды (среды обитания) И Ансоффа..
54. Модель динамики власти: содержание, назначение, условия применения.
55. Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в «технологической теории цен»
56. Содержание, назначение, условия применения модели стратегической оценки позиции фирмы в институциональной теории «Структура- поведение- результат».
57. Стратегическое поведение фирмы в рамках парадигмы «Структура- поведение-результат».
58. Модели ограниченной рациональности, инкрементализма и стратегического оппортунизма.
59. Содержание, назначение, условия применения модели стратегического выбора с применением холистического подхода.
60. Холистический подход к формированию деловой стратегии
61. Модель перекрестной проекции.
62. Модель детерминант.
63. Содержание, назначение, условия применения модели транзитивного поведения фирмы в условиях глобализации и информатизации экономики.
64. Самообучающаяся организация: сущность и особенности стратегического поведения.
65. Интеллектуальная организация: сущность и особенности стратегического поведения.
66. Модель формирования деловой стратегии интеллектуальной организации.

19.3.2 Тестовые задания

Вариант 1 Комплект тестов №1

1. Матричные методы анализа позволяют менеджменту корпорации с высоким уровнем диверсификации:
 - а) Анализировать последствия диверсификации
 - б) Решить проблемы возникновения конфликтов финансовых приоритетов между бизнесами (СХЗ) внутри компании
 - в) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации
 - г) Помогут решить каждую из перечисленных проблем
2. Матричные методы анализа позволяют менеджменту корпорации с высоким уровнем диверсификации:
 - а) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации

- б) Идентифицировать существующую структуру бизнесов по уровню привлекательности
 - в) Оптимизировать прибыльность в долгосрочной перспективе
 - г) Помогут решить каждую из перечисленных проблем
3. Матричные методы анализа позволяют менеджменту корпорации с высоким уровнем диверсификации:
- а) Отобразить необходимые денежные потоки между отдельными видами бизнеса
 - б) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации
 - в) Решить проблемы возникновения конфликтов финансовых приоритетов между бизнесами (СХЗ) внутри компании
4. Матричные методы анализа позволяют менеджменту диверсифицированной корпорации:
- а) Решить проблемы возникновения конфликтов финансовых приоритетов между бизнесами (СХЗ) внутри компании
 - б) Оптимизировать прибыльность в долгосрочной перспективе
 - в) Снять проблемы информационной перегрузки в компаниях с высоким уровнем диверсификации
5. Основная аналитическая ценность модели БКГ в том, что она дает менеджеру возможность:
- а) определить стратегические позиции каждого вида бизнеса
 - б) дать рекомендации по стратегическому балансу наличности
 - в) оценить конкурентные позиции компании
6. Основной недостаток БКГ:
- а) Сложность в разработке
 - б) Широта охвата
 - в) Неточность
 - г) Субъективность
 - д) Длительный период разработки
7. Куда, согласно рекомендациям БКГ, должны направляться избытки средств от "дойных коров":
- а) на укрепление позиций "звезд"
 - б) на превращение "трудных детей" в "дойных коров"
 - в) на превращение "собак" в "звезды"
 - г) всем поровну
8. Какова судьба "собак" согласно рекомендациям БКГ:
- а) Превращение в "дойных коров"
 - б) "Раздевание" и ликвидация
 - в) Довольствоваться своим положением
9. Привлекательный портфель компании должен содержать:
- а) Как можно больше "звезд", "собак" и "дойных коров" для получения прибыли
 - б) Необходимое количества "звезд", "дойных коров" и "трудных детей" для роста компании
 - в) Достаточное количество "собак" для "сбора урожая"

10. Основной недостаток модели пяти сил конкуренции Портера:
- а) Сложность в разработке
 - б) Широта охвата
 - в) Неточность
 - г) Субъективность
 - д) Длительный период разработки

Вариант 2

1. Матрица Мак-Кинзи предлагает использовать следующие показатели:
- а) рост объема спроса
 - б) привлекательность СЗХ
 - в) конкурентный статус фирмы
 - г) доля рынка
2. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "звезды":
- а) оптимизировать
 - б) извлекать полную выгоду
 - в) усилить или удержать
 - г) уйти
3. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "собаки":
- а) оптимизировать
 - б) извлекать полную выгоду
 - в) усилить или удержать
 - г) уйти
4. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "дикие кошки":
- а) оптимизировать
 - б) извлекать полную выгоду
 - в) усилить или удержать
 - г) уйти
5. Матрица Мак-Кинзи рекомендует позицию "дойные коровы":
- а) оптимизировать
 - б) извлекать полную выгоду
 - в) усилить или удержать
 - г) уйти
6. Основной недостаток модели Мак-Кинзи:
- а) Сложность в разработке
 - б) Широта охвата
 - в) Множественность в трактовке
 - г) Субъективность
 - д) Длительный период разработки
7. Главной идеей модели Shell/DPM является утверждение, что стратегия организации должна обеспечивать:
- а) конкурентоспособность перспективных видов бизнеса

- б) поддержание баланса денежных средств путем развития новых видов бизнеса
 - в) развитие отраслевого рынка
 - г) реализуемость функциональной стратегии
8. Преимуществом модели Shell/DPM является то, что она позволяет:
- а) учитывать несколько критериев выбора стратегии
 - б) оценить поток движения денежных средств
 - в) оценить отдачу от инвестиций
 - г) оценить стратегические перспективы продаж
9. Недостатком модели Shell/DPM является то, что
- а) не позволяет оценить жизненный цикл товара
 - б) модель строится на предположении, что все виды бизнеса организации связаны между собой и их жизненные циклы схожи
 - в) требуются значительные капиталовложения
 - г) она учитывает большое число факторов, усложняя процесс выбора стратегии
10. Модель, рассматривающая стадии развития отраслевого рынка и конкурентные позиции конкретного вида бизнеса в отрасли:
- а) модель Shell/DPM
 - б) модель Мак-Кинзи
 - в) модель Hofer / Schendel
 - г) модель Портера
 - д) модель БКГ
 - е) модель SPACE

Вариант 3

1. Какая из ниже перечисленных стратегий НЕ относится к стратегическим альтернативам модели Hofer / Schendel:
- а) стратегия увеличения доли на рынке
 - б) стратегия конгломеративной диверсификации
 - в) стратегия роста
 - г) стратегия увеличения прибыли
 - д) стратегия горизонтальной интеграции
 - е) стратегия сокращения активов фирмы
2. Основные переменные модели ADL / LC:
- а) зрелость товара
 - б) положение по отношению к конкурентам
 - в) стратегический потенциал компании
 - г) внешние условия бизнеса
3. Основные переменные модели SPACE:
- а) зрелость товара
 - б) положение по отношению к конкурентам
 - в) стратегический потенциал компании
 - г) внешние условия бизнеса
4. Какая из ниже перечисленных стратегий относится к стратегическим альтернативам модели SPACE:

- а) стратегия увеличения доли на рынке
 - б) стратегия конгломеративной диверсификации
 - в) стратегия роста
 - г) стратегия увеличения прибыли
 - д) стратегия горизонтальной интеграции
 - е) стратегия сокращения активов фирмы
5. Модель Томпсона – Стриккланда предназначена:
- а) для одиночного бизнеса;
 - б) для двух видов бизнеса;
 - в) для двух и более видов бизнеса.
6. Модель В.С. Ефремова учитывает следующие условия:
- а) отраслевые условия;
 - б) макроусловия;
 - в) микроусловия;
 - г) стратегический потенциал;
 - д) рыночные условия.
7. Ключевая компетенция – это
- а) круг полномочий, предоставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу;
 - б) компетенция высшего порядка, участвующая в создании наибольшей потребительной стоимости, являющаяся коллективным знанием, позволяющим организовывать и управлять использованием других компетенций и способностей;
 - в) особого свойства информационный ресурс, содержащий опыт, знания и навыки о способе организации и управления ресурсами и бизнес-процессами (способностями организации) для достижения поставленных целей.
8. Анализ ключевых компетенций включает в себя:
- а) характеристику конкурентных преимуществ компании;
 - б) установление свойств товаров и услуг;
 - в) определение требуемых ресурсов;
 - г) изучение реальных и потенциальных способностей фирмы.
9. Доминирующая фирма– фирма, которая способна оказывать влияние на рыночную цену и другие параметры рынка и которой принадлежит не менее:
- д) А) 20% рынка товаров;
 - е) В) 35% 20% рынка товаров;
 - ж) С) 80% 20% рынка товаров.
10. Фирма аутсайдер – это
- А) фирма, поведение которой не способно повлиять на параметры рынка;
 - В) доминирующая фирма;
 - С) фирма, поведение которой способно повлиять на параметры рынка

Критерии оценки:

Используется балльная система оценки: задания оцениваются в 1 балл каждое. Число вопросов равно 10. Максимальная сумма баллов равна 10.

- студент считается освоившим повышенный уровень подготовки (отлично), если сумма набранных баллов составляет от 9 до 10.

- студент считается освоившим базовый уровень подготовки (хорошо), если сумма набранных баллов составляет от 7 до 8.

- студент считается освоившим пороговый уровень подготовки (удовлетворительно), если сумма набранных баллов составляет от 5 до 6.

19.3.3 Темы рефератов

1. Эволюция взглядов на природу организации.
2. Матричные модели в процессе формирования стратегии предприятия.
3. Модель динамики власти: содержание, назначение, условия применения.
4. Модель турбулентности внешней среды (среды обитания) И Ансоффа.
5. Модель Курно.
6. Модель Бертрана.
7. Парадокс Бертрана: содержание, применение.
8. Модель Эджворта.
9. Модель Хорфиндаля-Хиршмана.
10. Модель Форхаймера.
11. Модель Штакельберга.
12. Модель управления посредством выбора и ранжирования стратегических задач.
13. Модель управления посредством выбора стратегических позиций.
14. Модель стратегического управления по сильным и слабым сигналам
15. Модель управления в условиях стратегических неожиданностей.
16. Модель перекрестной проекции.
17. Модель детерминант.
18. Модель формирования деловой стратегии интеллектуальной организации.

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

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме: устного опроса, тестирования. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, ответы на которые позволяют оценить уровень полученных знаний.

Критерии оценивания приведены выше.