**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

**к.т.н. доц. Пиркин Александр Григорьевич**

**Задание на контрольную работу**

В процессе изучения дисциплины «Стратегическое планирование» студент должен выполнить контрольную работу.

Выполненные контрольные работы сдаются (высылаются) в институт на рецензирование или представляются преподавателю, прибывшему в учебную точку для проверки и рецензирования. Работы, оформленные небрежно и без соблюдения указанных ниже требований, на рецензирование не принимаются.

Варианты контрольных работ определяются студентом по последней цифре номера зачетной книжки.

Контрольная работа, объёмом 10-12 страниц формата А4, выполняется в компьютерном, машинописном или рукописном варианте. На титульном листе контрольной работы обязательно указывать номер зачётной книжки и вариант контрольной работы. Контрольная работа должна быть сшита. Защита контрольной работы состоит из краткого изложения студентом основных положений работы и ответов на вопросы.

Контрольная работа является допуском к экзамену. Экзамен проводится по билетам, составленным по предложенным вопросам. К экзамену необходимо подготовиться по всем вопросам курса и быть готовым ответить на любой из предложенных вопросов.

**Варианты контрольных работ**

1. Рыночное хозяйство, как объект стратегического планирования.
2. Организация планирования на предприятии.
3. Прогнозирование и его роль в стратегическом планировании.
4. Стратегия фирмы, как основа формирования стратегического плана
5. Стратегическое планирование в условиях диверсификации производства.
6. Анализ ресурсного потенциала внутренних возможностей предприятия.
7. Стратегический анализ на предприятии.
8. Определение целей развития предприятия.
9. Формулирование базовой стратегии и стратегических альтернатив.
10. Анализ угроз и возможностей фирмы.

**Вопросы к экзамену**

1. История становления и развития стратегического планирования.
2. Рыночное хозяйство, как объект стратегического планирования.
3. Стратегия развития предприятия.
4. Сущность стратегического планирования.
5. Стратегический анализ, как этап стратегического планирования.
6. Классификация внешней окружающей среды.
7. Анализ общей окружающей среды.
8. Анализ специфической окружающей среды.
9. Анализ ресурсного потенциала (внутренних возможностей) предприятия.
10. Анализ производственной программы предприятия.
11. Анализ имущественного комплекса предприятия.
12. Анализ финансового состояния предприятия.
13. Целепологание, как этап стратегического планирования.
14. Организационная культура предприятия.
15. Определение миссии предприятия.
16. Определение целей развития предприятия.
17. Основы теории диверсификации.
18. Типы корпоративных стратегий диверсификации.
19. Стратегия маркетинга.
20. Инновационная стратегия.
21. Финансовая стратегия.
22. Стратегия организационных изменений.
23. Стратегия производства и экологическая стратегия.
24. Социальная стратегия предприятия.
25. Взаимосвязь стратегического и текущего планирования.
26. Порядок разработки и содержание бизнес-плана.
27. Риски в стратегическом планировании.
28. Стратегический анализ рисков предприятия.
29. Бюджетирование, как механизм финансового обеспечения планов.
30. Контроллинг, как инструмент стратегического планирования.

**Словарь основных терминов**

***Адаптация*** – процесс приспособления системы и её отдельных элементов к существующим или изменяющимся условиям внешней среды.

***Анализ*** – разложение целого на элементы и последующее установление взаимосвязей между ними с целью повышения качества, прогнозирования, оптимизации, обоснования, планирования управленческих решений по развитию объекта и оперативного управления его реализацией.

***Бизнес*** – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счёт собственных или заёмных средств на свой страх и риск, под свою ответственность; главная цель – получение прибыли.

***Бизнес-план*** – документ, представляющий собой краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого производства продукта или оказания услуги. Он является инструментом для рассмотрения и принятия наиболее перспективных решений, помогает определить средства для их достижения, служит обоснованием для выпуска предполагаемого продукта или оказываемой услуги на определенный период времени.

***Внешняя среда организации*** – факторы, условия, силы и субъекты, влияющие на ситуацию в организации извне.

***Диверсификация*** – процесс проникновения организации в другие отрасли производства и на новые рынки сбыта.

***Инновация*** – результат интеллектуальной, научно-технической или другой деятельности в той или иной сфере по эффективному изменению объекта управления путём внедрения новшеств.

***Конкурентоспособность организации*** – способность организации вести успешную конкурентную борьбу.

***Конкуренция*** – противоборство на рынке товаров и услуг, привлечение покупателей для более выгодной продажи, возможность выбора продавцов.

***Контроль*** – функция менеджмента по обеспечению выполнения программ, планов, письменных или устных заданий, документов, реализующих управленческие решения.

***Координация*** – центральная функция менеджмента по установлению связей, организации взаимодействия и согласованности работы компонентов системы, оперативного согласования выполнения планов и заданий.

***Кризис*** – крайнее обострение противоречий развития; нарастающая опасность банкротства, ликвидации; рассогласование в деятельности экономической, финансовой и других систем.

***Миссия*** – основная (общая) цель организации, её предназначение, роль в определённой сфере деятельности и социальная роль в обществе.

***Организация*** – 1) функция менеджмента как процесса по реализации действий отдельных элементов системы; 2) форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определённой организационно-правовой формы.

***Организационная культура*** – общее понимание членами организации ожидаемого поведения.

***Организационная структура*** – разделение работ на задачи, функции, закрепление полномочий по рабочим группам и подразделениям.

***Планирование*** – функция менеджмента направленная на анализ ситуаций и факторов внешней среды, прогнозирование, оптимизацию целей, выбор наилучшего варианта плана.

***Прибыль*** – показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности организации, превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров и услуг.

***Проблема*** – понятие, характеризующее разницу между действительным и желаемым состоянием объекта.

***Прогноз*** – научно-обоснованное суждение о возможных состояниях исследуемых объектов в будущем.

***Прогнозирование*** – процесс научного предвидения, определение тенденций развития и образа будущего.

***Ресурсы*** – необходимые средства для выполнения какой-либо работы и получения её результата.

***Ресурсный потенциал*** – способность предприятия эффективно функционировать в будущем.

***Риск*** – ситуативная характеристика деятельности, означающая неопределенность её исхода, возможные неблагоприятные её последствия, альтернативные варианты ошибки или успеха.

***Среда косвенного воздействия*** – факторы внешней среды, которые не оказывают непосредственного воздействия на поведение организации, но косвенно влияют на процесс формирования стратегии. К ним относятся экономические, политические, технологические и социальные факторы.

***Среда прямого воздействия*** – совокупность факторов среды, непосредственно влияющих на поведение организации: поставщики, потребители, конкуренты, учреждения государственной и муниципальной власти.

***Стратегический менеджмент*** – управленческая деятельность, связанная с постановкой долгосрочных целей и задач организации и с поддержанием взаимоотношений между организацией и её окружением (внешней средой), которые позволяют ей добиться своих целей.

***Стратегическое планирование*** – это попытка взглянуть в долгосрочную перспективу развития организации; оценить, какие тенденции наблюдаются в ее окружении (внешней среде). Оно является одним из основных условий успешного функционирования организации в будущем.

***Стратегия*** – обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных долгосрочных целей путем координации и распределения ресурсов организации. Другими словами, это набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности.

***Стратегия диверсификации*** – стратегический выбор альтернативы выхода организации на новые рынки с новыми товарами.

***Стратегия лидерства по издержкам*** – стратегия, направленная на создание конкурентных преимуществ и ориентированная на производство большого количества товаров, минимизируя затраты и предлагая низкие цены.

***Стратегия ликвидации*** – стратегия отказа от некоторых направлений деятельности путем ликвидации (закрытия) отдельных подразделений.

***Стратегия предупреждения конфликтов*** – создание таких производственных условий и психологической атмосферы в коллективе, при которых возможности возникновения конфликтов будут сведены к минимуму.

***Стратегия разрешения конфликта*** – система действий, направленных на прекращение противоборства сторон и поиск приемлемого решения проблем.

***Стратегия роста*** – стратегия, направленная на рост прибыли за счет повышения доходов, а не снижения издержек.

***Управленческое решение*** – результат анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов достижения конкретной цели менеджмента.

***Целеполагание*** – установление целей функционирования и развития организации и её составных частей с учетом их взаимосвязи и непротиворечивости.

***Эффективность*** – показатель степени достижения организацией её целей. Характеризуется оптимальным соотношением между параметрами производства, экономичности, исполнения обязательств, адаптивности и развития организации.

**Учебная литература**

1. Архипов В. М. Стратегический менеджмент. – СПб.: изд-во СПбУЭФ, 1998.
2. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2004 г.
3. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента. – М.: «Банки и биржи», изд-во «ЮНИТИ», 1997.
4. Бородушко И.В., Васильева Э.К. Стратегическое планирование и контроллинг. – СПб.: Питер, 2006 – 192с.
5. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учебное пособие. – М.: Изд-во «Дашков и К°», 2005 г.
6. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. Учебник. – М.: изд-во «Проспект», 2008, – 432с.
7. Егоров Ю.Н., Варакута С.А. Планирование на предприятии. – М.: Инфра-М, 2001 г.
8. Люкшин А.Н. Стратегический менеджмент. – М.: «ЮНИТИ», 2000.
9. Пинковская С.В., Смирнов Н. Н. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. – СПб.: СПбГУТ, 2001.
10. Скрынченко Б. Л. Стратегический менеджмент. Учебное пособие для вузов. – М.: изд-во «Экзамен», 2000, – 127с.
11. Стратегический менеджмент. Под ред. Петрова А. Н. – СПб.: Питер, 2007, – 496с.
12. Стратегическое планирование. Под ред. Уткина Э.А. – М.: Изд-во ЭКМОС, 1999. – 440с.
13. Фатхудинов Р.А. Стратегический менеджмент. Учебник. – М.: «Дело», 2001.

Шифрин М.Б. Стратегический менеджмент