

Перечень вопросов к экзамену по учебной дисциплине «Стратегический менеджмент»

1. Цели и задачи стратегического управления. Стратегическое управление в системе менеджмента
2. Предпосылки возникновения и этапы развития процесса стратегического управления.
3. Модель стратегического управления организацией С.А. Попова.
4. Модель стратегического менеджмента Томпсона.
5. Модель стратегического менеджмента Линча.
6. Модель стратегического менеджмента Дэвида.
7. Формирование стратегического видения и миссии компании.
8. Стратегический анализ как этап стратегического менеджмента.
9. Диагностика турбулентного внешнего окружения организации SWOT–анализ внешней среды как исходный метод внешнего аудита.
10. Системный анализ внутренней среды организации.
11. Стратегический SNW–анализ внутренней среды.
12. Причины запаздывания реакции на внешние изменения. Стратегические окна.
13. Анализ конкуренции. Модель пяти сил конкуренции М. Портера.
14. Виды конкурентных преимуществ организации, источники их приобретения и сокращения.
15. Модель базисной цепи формирования ценности для потребления.
16. Стратегия дифференциации. Типы дифференциации.
17. Стратегия лидерства на основе низких издержек.
18. Стратегия фокусирования на узком сегменте рынка на основе низких издержек.
19. Стратегия фокусирования на узком сегменте рынка на основе дифференциации.
20. Иерархия формирования стратегии : для диверсифицированной компании и для компании с одним видом бизнеса
21. Система стратегий конкуренции: корпоративная стратегия. Элементы корпоративной стратегии диверсифицированной компании.
22. Система стратегий конкуренции: стратегии бизнеса. Основные элементы стратегии бизнеса.
23. Система стратегий конкуренции: функциональные стратегии специализированных видов деятельности.
24. Базовые конкурентные стратегии Портера.
25. Стратегия наилучшей стоимости.
26. Стратегии вертикальной и горизонтальной интеграции.
27. Стратегии интенсивного роста: захват рынка, развитие рынка, развитие продукта.
28. Стратегия конгломеративной диверсификации.

29. Стратегия горизонтальной диверсификации.
30. Стратегии сокращения, отторжения и ликвидации.
31. Продуктивно-маркетинговая стратегия в системе корпоративной стратегии.
32. Продуктовый профиль организации. Графический метод определения продуктового профиля.
33. Базовые конкурентные стратегии в разработке и реализации продуктивно-маркетинговой программы.
34. Финансовая стратегия об использовании собственных и привлеченных внешних финансовых ресурсов организации.
35. Стратегия использования человеческого потенциала. Формирование эффективной организации.
36. Мотивация в управлении персоналом организации. Материальное и моральное стимулирование трудовой деятельности персонала. Разработка систем вознаграждения, способствующих стратегии
37. Конкурентные стратегии в зарождающихся отраслях.
38. Конкурентные стратегии в зрелых отраслях.
39. Конкурентные стратегии в застойных и затухающих отраслях.
40. Стратегии для лидеров отрасли.
41. Стратегии для компаний-преследователей.
42. Стратегии слабых бизнесов. Стратегии полного обновления.
43. Составляющие потенциально эффективной стратегии организации (сфера деятельности, задачи, идентификация стратегических бизнес-единиц, размещение ресурсов, развитие конкурентных преимуществ).
44. Приростной и предпринимательский типы организационного поведения.
45. Связь организационной архитектуры с видом управления (стратегическим, оперативным).
46. Концептуальные подходы к построению общих и специализированных стратегий организации.
47. Использование наступательных стратегий как средства сохранения конкурентоспособности.
48. «Обходные маневры», «партизанские наступления», «превентивные действия» как наступательная стратегия атакующей компании. Выбор объекта для атаки.
49. Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.
50. Предпосылки возникновения бенчмаркинга. Основные цели и особенности применения. Виды и принципы.
51. Взаимосвязь бенчмаркинга с маркетинговыми исследованиями и конкурентной разведкой. Уровни и этапы проведения бенчмаркинга.
52. Методики оценки эффективности бизнес-процессов
53. Применение передовых методов для совершенствования технологических и управленческих процессов. Тотальное управление качеством.
54. Содержание понятия «организационная культура». Источник культуры компании.

55. Культурные традиции. Неэффективные и адаптивные культуры. Обеспечение соответствия стратегии и культуры.
56. Управленческий учет как система информационной поддержки конкурентной стратегии.
57. Анализ прибыльности компаний по потребителям. Максимизация доходов от существующих потребителей.
58. Анализ прибыльности продукта. Максимизация стоимости существующих продуктов.
59. Продукты и бренды как источники конкурентных преимуществ.
60. Шаблоны структурного развития корпорации Альфреда Чандлера: линейный, функциональный, дивизиональный.
61. Системы сбалансированных показателей : разработка, внедрение, содержание.
62. Стратегический контроллинг и его элементы в комплексной координации процессов стратегического управления.
63. Создание системы измерения и отслеживания параметров. Обеспечение сбора стратегической информации (данные о покупателях, продуктах, операциях, работниках, финансовых результатах).
64. Проведение корректировки стратегии. Смена стратегий по мере развития бизнеса.
65. Графические и матричные инструменты стратегического управления.
66. 5 архетипов стратегий инновационной экономики
67. Стратегия «Голубого океана»
68. Карта стратегических групп организаций в отрасли.
69. Матрица Бостонской Консалтинговой группы. Кросс-субсидирование.
70. Матрица McKinsey.
71. PESTEL анализ и его применение в стратегическом менеджменте
72. Матрица Игоря Ансоффа «продукт-рынок».
73. ABC и XYZ анализы
74. Матрица Хофера-Шендела