

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет
Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

«30» мая 2025г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДЭ.02.02 МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Направление подготовки / специальность: 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Направленность (профиль) / специализация: Электронная коммерция
и интернет-маркетинг
Форма обучения: очная, очно-заочная заочная
Квалификация: БАКАЛАВР

Краснодар 2025

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.02.02 Методы стратегического анализа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое Дело».

Программу составил(и):

Н.Р. Чекашкина
к.э.н. доцент кафедры маркетинга и
торгового дела



Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.02.02. Методы стратегического анализа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 7 от 21.03.24.

Заведующий кафедрой
маркетинга и торгового дела

Костецкий А. Н.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от 14.05.24.

Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская



Рецензенты:

Верещагин В.А., директор ООО «Фабрика джемов KF»

Никулина О.В., доктор экономических наук, профессор кафедры «Мировая экономика и менеджмент» ФГБОУ ВО «КубГУ»

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.02.02 Методы стратегического анализа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое Дело».

Программу составил(и):

Н.Р. Чекашкина

к.э.н. доцент кафедры маркетинга и
торгового дела

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.02.02. Методы стратегического анализа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 7 от 21.03.24.

Заведующий кафедрой

маркетинга и торгового дела

Костецкий А. Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от 14.05.24.

Председатель УМК факультета,

д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

Верещагин В.А., директор ООО «Фабрика джемов KF»

Никулина О.В., доктор экономических наук, профессор кафедры «Мировая экономика и менеджмент» ФГБОУ ВО «КубГУ»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – изучить и сформировать у студентов системное представление о теоретических основах, процедуре и методических приемах стратегического анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.

1.2 Задачи дисциплины

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области розничной торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Изучить теоретические и практические вопросы стратегического анализа, его современное понимание и особенности проведения;
- Освоить методы стратегического анализа внутренней и внешней среды организации, оценки привлекательности рынков, конкурентоспособности товаров и фирмы в целом;
- Изучить базовые категории понятийного аппарата теории анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков механизм функционирования денег и определить их роль в экономике государства.
- Определить ключевые направления анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.
- Изучить алгоритм и методическое обеспечение анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.
- Изучить порядок сбора и обработки информации об основных процессах, протекающих на товарных рынках.
- Освоить методы анализа и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков, изучить способы определения емкости товарного рынка.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Методы стратегического анализа» относится к элективным дисциплинам 2 (ДЭ.2) части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на четвертом курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Методы стратегического анализа» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и коррелирует с дисциплинами «Экономическая теория», «Организационное поведение», «Торгово-коммерческая деятельность», «Рыночные исследования и анализ данных», «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Стратегии интернет-маркетинга» и др.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики	
ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа	Знает:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	- разнообразие методов исследований поведения потребителей в сети интернет; - способы, методы и правила; программы и сервисы поиска конкурентов в сети интернет; - инструменты стратегического анализа конкурентов; - методы стратегического анализа позиции фирмы на отраслевом рынке;
	Умеет: - использовать инструменты стратегического анализа; - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде; - составлять отчеты по результатам проведенных исследований как потребителей, так и отраслевых конкурентов; - использовать методики анализа потребителей и конкурентов в отрасли.
	Трудовое действие: - способен к реализации исследовательских проектов по изучению потребителей и конкурентов (точек контактов с потребителями и партнерами, отраслевому положению, стратегических планов); - исследует каналы коммуникации конкурентов и анализ их эффективности; - использует методы стратегического анализа; - формирует аналитические отчеты по результатам исследования.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице:

Виды работ	Форма обучения			
	Очная		очно-заочная	
	Всего часов	7 семестр (часы)	Всего часов	4 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:	38,2	38,2	40,2	40,2
Аудиторные занятия (всего):	34	34	36	36
занятия лекционного типа	18	18	12	12
лабораторные занятия	-	-	-	-
практические занятия	16	16	24	24
Иная контактная работа:	4,2	4,2	4,2	4,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	33,8	33,8	31,8	31,8
<i>Контрольная работа</i>	8	8	8	8
<i>Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)</i>	6	6	6	6

<i>Реферат/эссе (подготовка)</i>		4	4	4	4
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>		15,8	15,8	13,8	13,8
Контроль:		-	-	-	-
Подготовка к экзамену		-	-	-	-
Общая трудоемкость	час.	72	72	72	72
	в том числе контактная работа	38,2	38,2	40,2	40,2
	зач. Ед	2	2	2	2

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (на 4 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы стратегического анализа	8	2	2	-	4
2	Методологические и методические основы исследования современного стратегического анализа	8	2	2	-	4
3	Методические основы ситуационного анализа	8	2	2	-	4
4	Стратегический портфельный анализ	8	2	2	-	4
5	Стратегический анализ конкурентов	12	4	2	-	6
6	Стратегический анализ рынка	10	2	2	-	6
7	Стратегический анализ микроокружения	13,8	4	4	-	5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	18	16	-	33,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Подготовка к текущему контролю	-			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	72			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре (на 4 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы стратегического анализа		1	2	-	4
2	Методологические и методические основы исследования современного стратегического анализа		1	4	-	6
3	Методические основы ситуационного анализа		2	4	-	4
4	Стратегический портфельный анализ		2	2	-	4
5	Стратегический анализ конкурентов		2	4	-	4
6	Стратегический анализ рынка		2	4	-	4
7	Стратегический анализ микроокружения		2	4	-	5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	136	12	24	-	31,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			-	
	Подготовка к текущему контролю	-			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	72			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Теоретические основы стратегического анализа	Возникновение и развитие стратегического менеджмента и стратегического анализа. Конкурентный анализ. Объекты и общие методы стратегического анализа.	<i>Контрольные вопросы</i>
2.	Методологические и методические основы исследования современного стратегического анализа	Методология и методы исследования проблем стратегического анализа. Методы анализа данных: факторный анализ, кластерный анализ, дисперсионный анализ, совместный анализ, многомерное шкалирование, анализ временных рядов, анализ вторичной информации, методы доказательства, методы, основанные на использовании знаний и интуиции специалистов (экспертные методы).	<i>Контрольные вопросы</i>
3.	Методические основы ситуационного анализа	Сущность и содержание ситуационного анализа. Методы ситуационного анализа: PESTLE-анализ, SWOT-анализ, методика стратегического управленческого анализа, общий анализ конкуренции.	<i>Контрольные вопросы</i>
4.	Стратегический портфельный анализ	Сущность и содержание портфельного анализа. Методы стратегического портфельного анализа: матрица BCG, аналитическая модель GE/McKinsey, аналитический инструмент модели Shell / DPM, модель Arthur D. Little life cycle (ADL / LC), модель Hofer – Schendel	<i>Контрольные вопросы</i>
5.	Стратегический анализ конкурентов, конкурентных преимуществ и конкурентоспособности предприятия	Конкуренты. Анализ индивидуальных конкурентов. Анализ основных конкурентов. Оценка личностных качеств руководителей конкурирующих фирм. Анализ источников конкурентных преимуществ. Анализ конкурентоспособности компании.	<i>Контрольные вопросы</i>
6.	Стратегический анализ рынка	Анализ основных параметров рынка. Анализ сегментации рынка. Конъюнктурный анализ.	<i>Контрольные вопросы</i>

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
7.	Стратегический анализ микроокружения и внутренней среды предприятия	Анализ заинтересованных лиц. Анализ поставщиков, посредников и потребителей. Анализ конфликтов с заинтересованными лицами. Анализ внутренней среды фирмы. Анализ функциональных возможностей и ресурсов фирмы и эффективности их использования.	<i>Контрольные вопросы</i>

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	Теоретические основы стратегического анализа	Возникновение и развитие стратегического менеджмента и стратегического анализа. Конкурентный анализ. Объекты и общие методы стратегического анализа.	<i>К, Т, Р</i>
2	Методологические и методические основы исследования современного стратегического анализа	Методология и методы исследования проблем стратегического анализа. Методы анализа данных: факторный анализ, кластерный анализ, дисперсионный анализ, совместный анализ, многомерное шкалирование, анализ временных рядов, анализ вторичной информации, методы доказательства, методы, основанные на использовании знаний и интуиции специалистов (экспертные методы).	<i>К, Т, СЗ</i>
3	Методические основы ситуационного анализа	Сущность и содержание ситуационного анализа. Методы ситуационного анализа: PESTLE-анализ, SWOT-анализ, методика стратегического управленческого анализа, общий анализ конкуренции.	<i>К, ДИ</i>
4	Стратегический портфельный анализ	Сущность и содержание портфельного анализа. Методы стратегического портфельного анализа: матрица BCG, аналитическая модель GE/McKinsey, аналитический инструмент модель Shell / DPM, модель Arthur D.Little life cycle (ADL / LC), модель Hofer – Schendel	<i>ПЗ</i>
5	Стратегический анализ конкурентов, конкурентных преимуществ и конкурентоспособности предприятия	Конкуренты. Анализ индивидуальных конкурентов. Анализ основных конкурентов. Оценка личностных качеств руководителей конкурирующих фирм. Анализ источников конкурентных преимуществ. Анализ конкурентоспособности компании.	<i>СЗ, К</i>
6	Стратегический анализ рынка	Анализ основных параметров рынка. Анализ сегментации рынка. Конъюнктурный анализ.	<i>СЗ, Т</i>
7	Стратегический анализ микроокружения и внутренней среды предприятия	Анализ заинтересованных лиц. Анализ поставщиков, посредников и потребителей. Анализ конфликтов с заинтересованными лицами. Анализ внутренней среды фирмы. Анализ функциональных возможностей и ресурсов фирмы и эффективности их использования.	<i>ПЗ</i>

Выполнение расчетно-графического задания (РГЗ), контрольной работы (КР), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т), ситуационного задания (СЗ), деловая игра (ДИ) и проектное задание (ПЗ).

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
5	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик,

мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Методы стратегического анализа».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, ролевой игры, ситуационных задач, коллоквиумов, решения расчетно-графических задач и выполнения контрольных работ и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий (решения задач) к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

Тема	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Аттестация
1	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	Знает: - основные понятия, цели, принципы конкурентного анализа; Умеет: - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде;	<i>К, Р, Т</i>	<i>Вопрос на зачете</i>
2	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	Знает: - систему оценивания потребителей и конкурентов; - методы оценки конкурентной среды. Умеет: - использовать инструменты стратегического анализа; - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде;	<i>К, Т, СЗ</i>	<i>Вопрос на зачете</i>

Тема	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Аттестация
3	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, цели, принципы управления конкурентоспособностью предприятия в отрасли; - программы и сервисы исследования поведения конкурентов в цифровой среде; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде; <p>Трудовое действие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализации исследовательских проектов по изучению конкурентов и потребителей; 	К, ДИ	Вопрос на зачете
4	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программы и сервисы поиска конкурентов в сети интернет; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методики анализа конкурентов в отрасли <p>Трудовое действие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализации исследовательских проектов по изучению конкурентов (точек контактов с потребителями и партнерами, отраслевому положению, стратегических планов); - исследование каналов коммуникации конкурентов и анализа их эффективности; - формирование аналитических отчетов по результатам исследования конкурентов. 	ПЗ	Вопрос на зачете
5	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разнообразие методов исследований поведения конкурентов в сети интернет; - программы и сервисы исследования поведения конкурентов в цифровой среде; - программы и сервисы поиска конкурентов в сети интернет; - инструменты стратегического анализа конкурентов; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструменты стратегического анализа; - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде; - составлять отчеты по результатам проведенных исследований отраслевых конкурентов; - использовать методики анализа конкурентов в отрасли <p>Трудовое действие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализации исследовательских проектов по изучению конкурентов (точек контактов с потребителями и партнерами, отраслевому положению, стратегических планов); - исследование каналов коммуникации конкурентов и анализа их эффективности; - формирование аналитических отчетов по результатам исследования конкурентов. 	СЗ, К	Вопрос на зачете

Тема	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Аттестация
6	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разнообразие методов исследований поведения конкурентов в сети интернет; - программы и сервисы исследования поведения конкурентов в цифровой среде; - программы и сервисы поиска конкурентов в сети интернет; - инструменты стратегического анализа конкурентов; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде; - использовать инструменты стратегического анализа; - составлять отчеты по результатам проведенных исследований отраслевых конкурентов; - использовать методики анализа конкурентов в отрасли <p>Трудовое действие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализации исследовательских проектов по изучению конкурентов (точек контактов с потребителями и партнерами, отраслевому положению, стратегических планов); - исследование каналов коммуникации конкурентов и анализа их эффективности; - формирование аналитических отчетов по результатам исследования конкурентов. 	СЗ, Т	Вопрос на зачете
7	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструменты стратегического анализа; - проводить аудит интернет-страниц, лэндингов и прочих мест презентации конкурентов в цифровой среде; <p>Трудовое действие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализации исследовательских проектов по изучению конкурентов; - использования методов стратегического анализа конкурентов; - формирование аналитических отчетов по результатам исследования конкурентов. 	ПЗ	Вопрос на зачете

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

Примерный перечень заданий для коллоквиумов, собеседования:

1. Дайте определение конкурентной среде;
2. Каковы правовые основы конкурентной разведки?
3. Какие факторы влияют на развитие отраслевой конкуренции?
4. Чем характеризуется уровень конкурентной насыщенности отрасли?
5. Приведите классификацию конкурентной стратегии предприятия.

Пример типов контрольных заданий (тест)

1. Выбор из нескольких вариантов:

Какие виды государственной политики оказывают непосредственное влияние на регулирование конкуренции на отраслевом рынке:

- a) антимонопольная
- b) финансовая
- c) таможенная
- d) экологическая
- e) информационная

2. *Расстановка в правильном порядке:*

Поставьте этапы цикла Деминга (PDCA) в верной последовательности.

- a) планирование
- б) осуществление
- в) проверка
- г) действие

3. *Ввод ответа в виде текста:*

Какое понятие определяется как степень, с которой совокупность собственных характеристик объекта выполняет требования потребителей?

Введите ответ в виде текста (регистр не учитывается)

4. *Выбор ответа из выпадающего списка предлагаемых ответов:*

Премия Мининформсвязи РФ в области качества относится к (национальным | региональным | международным | отраслевым) конкурсам на соискание премий.

Выберите из выпадающего списка правильный ответ

5. *Ввод ответа в виде текста внутри вопроса:*

Студент вводит ответы в виде текста внутри вопроса

Процесс сбора и обработки закрытой информации о соперниках, не имеющей общегосударственного значения, – это конкурентный _____.

Введите на месте пропуска текст (регистр не учитывается)

Пример тем для подготовки рефератов и эссе:

1. Роль стратегического анализа в постиндустриальную эпоху.
2. Теоретические основы стратегического анализа.
3. Объекты, уровни и методы стратегического анализа.
4. Стратегический анализ и его роль в условиях неопределенности.
5. Этапы развития стратегического подхода к управлению организацией.
6. Анализ деятельности конкурентов: исследование организации сбытовой сети конкурентов.
7. Сессии стратегического анализа как форма организации разработки стратегии.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

Вопросы для подготовки к зачету

1. Сущность и содержание торгово-коммерческой деятельности;
2. Торговля и её роль в обращении товаров;
3. Характеристики товаров и услуг как объекта коммерческой деятельности;
4. Классификация товаров и услуг;

5. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческой деятельности;
6. Формы риска участников сделок на рынке;
7. Виды субъектов коммерческой деятельности;
8. Организационно-правовые формы торговых предприятий;
9. Формы и отношения собственности в условиях рынка;
10. Факторы внешней среды торгового предприятия;
11. Факторы внутренней среды предприятия;
12. Инструменты анализа факторов, влияющих на развитие предприятия;
13. Сущность управления торгово-коммерческой деятельностью;
14. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия;
15. Материально-техническая база коммерческого предприятия;
16. Торгово-технологический процесс коммерческого предприятия: сущность, основные принципы организации;
17. Управление и мотивация персонала в коммерческой организации;
18. Содержание исследования рынка товаров и услуг: цели, задачи, разновидности;
19. Изучение спроса потребителей и методы прогнозирования;
20. Качество и потребительская оценка товаров/услуг на рынке;
21. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары и услуги;
22. Выбор товаров и формирование ассортимента;
23. Источники закупки товаров, коммерческие сделки и контрактные соглашения;
24. Управление товарными запасами;
25. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Кооперация в оптовой торговле;
26. Организация оптовой торговли: особенности технологического процесса, принципы организации и цели;
27. Товарно-ассортиментная политика и её составляющие в оптовой торговле;
28. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя (в оптовой торговле);
29. Особенности коммерческой деятельности в розничной торговой компании;
30. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента;
31. Целевые рынки компании: управление развитием целевых рынков товаров;
32. Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей;
33. Цели, задачи и содержание рекламы в организации коммерческой деятельности;
34. Формы торгово-посреднических структур: их сущность, различия и значение для сферы торговли в целом;
35. Основные функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов;
36. Электронная коммерция: особенности организации электронного бизнеса;
37. Современные технологии электронной коммерции. Big Data и ее роль в электронной коммерции;
38. Категории электронной коммерции. Электронные торговые площадки. Характеристики, особенности, преимущества и недостатки;
39. Электронная торговля: определение, участники, структура;
40. Мобильная коммерция: определение, сущность и характеристики. Мобильные приложения: приложения для торговли, платформы, мобильные приложения для интернет-магазина;
41. Электронные расчеты: электронные платежи и системы. Интегрированные платежные системы;

42. Безопасность предприятий электронной коммерции. Защита персональных данных. Ответственность за безопасность электронных платежей;
43. Инновационные решения в электронной коммерции. Инновационные информационные системы для управления электронной коммерцией и многоканальными продажами;
44. Облачные технологии в торговле: характеристики, применение и риски;
45. Информационная безопасность электронной коммерции: защита информации, электронная подпись;
46. Понятие эффективной деятельности коммерческого предприятия;
47. Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализованной продукции;
48. Система показателей эффективной деятельности коммерческой организации.
49. Основные элементы технологии определения затрат и оценки результативности коммерческой деятельности торгового предприятия;
50. Экономические показатели, влияющие на формирование объема валового дохода торгового предприятия.

Критерии оценивания результатов обучения

В состав итогового зачетного задания входят следующие виды контрольных заданий:

1. Теоретический вопрос;
2. Презентация проектного задания;
3. Тест.

Экзаменатору предоставляется право задавать дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы.

Критерии итоговой оценки:

- «зачтено» выставляется студенту, если он осознанно демонстрирует весь набор знаний, предусмотренных перечнем компетенций по предмету в рамках вопросов к зачету, ответил правильно не менее, чем на 65% тестовых вопросов, комплексно отражающих базовый набор знаний по всем компетенциям курса; выполнил проектное задание, ответив на все поставленные в задании вопросы; способен проиллюстрировать теоретические знания практическими примерами; ответил на дополнительные вопросы (допускаются небольшие погрешности в ответе);

- «не зачтено» выставляется студенту, если он затрудняется продемонстрировать базовый набор знаний, предусмотренных перечнем компетенций по предмету в рамках вопросов к зачету, дал правильные ответы менее, чем на 45% тестовых вопросов, комплексно отражающих базовый набор знаний по всем компетенциям курса; не справился с проектным заданием; затрудняется проиллюстрировать теоретические знания практическими примерами; не ответил на дополнительные вопросы;

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540015>

2. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539347>

3. Рубцова, Н. В. Анализ рыночных возможностей : учебное пособие для вузов / Н. В. Рубцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 175 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14910-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544391>

4. Маркетинговый анализ : инструментарий и кейсы : учебник / под ред. Л. С. Латышовой. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 150 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697013> — ISBN 978-5-394-05282-8. — DOI 10.29030/978-5-394-05282-8-2023. — Текст : электронный.

5. Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 220 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688900> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-3164-1. — DOI 10.23681/688900. — Текст : электронный.

6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468895>.

7. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 294 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

8. Маркетинговый анализ : инструментарий и кейсы : учебник / под ред. Л. С. Латышовой. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 150 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697013> – ISBN 978-5-394-05282-8. – DOI 10.29030/978-5-394-05282-8-2023. – Текст : электронный.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>
3. Интернет-издание о бизнесе, стартапах, инновациях, маркетинге и технологиях <https://vc.ru/>
4. Информационный ресурс «РосБизнесКонсалтинг» <https://rbc.ru/>
5. Интернет-журнал о бизнесе «Секрет фирмы» <https://secretmag.ru/>
6. Маркетолог. Научный журнал.
7. Практический маркетинг. Научный журнал. URL: <http://www.bci-marketing.ru/>
8. Маркетинговое управление предприятием. Научный журнал. URL: <http://www.marketing-mba.ru/>
9. Маркетинг в России и за рубежом. Научный журнал. URL: <http://www.mavriz.ru/>
10. Маркетинг PRO. Научный журнал. URL: <http://www.marketingpro.ru/>
11. Новости маркетинга. Научный журнал. URL: <http://www.marketingnews.ru/>
12. Маркетинг-менеджмент. Научный журнал. URL: <http://www.marketing-magazine.ru/>
13. Маркетинг и маркетинговые исследования в России. Научный журнал. URL: <http://www.marketingandresearch.ru/>.

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>
6. <http://www.glossostav.ru/word/636/> Словарь маркетинговых терминов

Профессиональные базы данных:

1. Scopus <http://www.scopus.com/>
2. ScienceDirect www.sciencedirect.com
3. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
4. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
5. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
6. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
8. База данных CSD Кембриджского центра кристаллографических данных (CCDC) <https://www.ccdc.cam.ac.uk/structures/>
9. Springer Journals: <https://link.springer.com/>
10. Springer Journals Archive: <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals: <https://www.nature.com/>
12. Springer Nature Protocols and Methods: <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials: <http://materials.springer.com/>

14. Nano Database: <https://nano.nature.com/>
15. Springer eBooks (i.e. 2020 eBook collections): <https://link.springer.com/>
16. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
17. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>;
2. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
7. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
8. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
9. Образовательный портал "Учеба" <http://www.uceba.com/>;
10. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>
2. Электронная библиотека трудов ученых КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6>
3. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
4. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://infoneeds.kubsu.ru/>
5. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
6. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
7. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Для подготовки к занятиям студентам необходимо пользоваться руководством в зависимости от типа предстоящего занятия, разработанные и утвержденные на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>

Варианты методических указаний, необходимых для успешного освоения дисциплины «Методы стратегического анализа»:

- Общие рекомендации по самостоятельной работе обучающихся;
- Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям;

- Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям;
- Методические рекомендации по подготовке эссе и рефератов для выступления на семинарских занятиях;
- Методические рекомендации по выполнению расчетно-графических заданий;

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории и кабинеты.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
---	--	--