

Вопросы к экзамену по курсу «Стратегический менеджмент»

1. Цели и задачи стратегического управления. Стратегическое управление в системе менеджмента.
2. Предпосылки возникновения и этапы развития стратегического управления.
3. Модель стратегического управления С.А. Попова.
4. Модель стратегического менеджмента А.А. Томпсона.
5. Модель стратегического менеджмента Р. Линча.
6. Модель стратегического менеджмента Ф.Р. Дэвида.
7. Ментальность стратегического планирования и стратегического управления.
8. Формирование стратегического видения и миссии компании.
9. Стратегический анализ как этап стратегического менеджмента.
10. Диагностика конкурентного окружения организации. SWOT-анализ внешней среды как исходный метод внешнего аудита.
11. Системный анализ внутренней среды организации.
12. Стратегический SNW-анализ как инструмент стратегического менеджмента.
13. Стратегические окна. Причины запаздывания реакции на внешние изменения.
14. Анализ конкуренции. Модель пяти сил конкуренции М. Портера.
15. Профиль конкурентных преимуществ.
16. Базовые стратегии конкуренции.
17. Виды конкурентных преимуществ организации, источники их приобретения.
18. Модель базисной цепи формирования ценности для потребителя.
19. Стратегия дифференциации.
20. Стратегия лидерства на основе низких издержек.
21. Стратегия фокусирования на узком сегменте рынка на основе низких издержек.
22. Стратегия фокусирования на узком сегменте рынка на основе дифференциации.
23. Стратегия наилучшей стоимости.
24. Иерархия формирования стратегий.
25. Корпоративная стратегия. Элементы корпоративной стратегии диверсифицированной компании.
26. Стратегии бизнес-уровня. Основные элементы стратегии бизнеса.
27. Эталонные стратегии бизнеса.
28. Стратегия прямой интеграции.
29. Стратегия обратной интеграции.
30. Стратегия горизонтальной интеграции.
31. Стратегия захвата рынка.
32. Стратегия развития рынка.
33. Стратегия развития продукта.
34. Стратегия конгломеративной диверсификации.
35. Стратегия горизонтальной диверсификации.
36. Стратегия сокращения.
37. Стратегия отторжения.
38. Стратегия ликвидации.
39. Функциональные стратегии специализированных видов деятельности.
40. Продуктивно-маркетинговая стратегия компании.
41. Продуктовый профиль организации. Трафаретный метод определения продуктового профиля.
42. Финансовая стратегия. Использование собственных и привлеченных финансовых ресурсов организации.
43. Стратегия управления персоналом.
44. Мотивация в управлении персоналом организации.

45. Стимулирование персонала.
46. Согласование стратегии и положения компании. Стратегические приоритеты.
47. Конкурентные стратегии в зарождающихся отраслях.
48. Конкурентные стратегии в зрелых отраслях.
49. Конкурентные стратегии в застойных и затухающих отраслях.
50. Стратегии для лидеров отрасли.
51. Стратегии для компаний-преследователей.
52. Стратегии слабых бизнесов.
53. Разработка эффективной стратегии Критерии потенциально эффективной стратегии.
54. Составляющие стратегии организации - сфера деятельности, задачи, идентификация стратегических бизнес-единиц, размещение ресурсов, развитие конкурентных преимуществ.
55. Концептуальные подходы к построению общих и специализированных стратегий организации.
56. Использование наступательных стратегий как средства сохранения конкурентоспособности.
57. Преодоление сильных сторон конкурента.
58. Наступление на слабые стороны конкурента.
59. Стратегия многопланового наступления.
60. «Обходные маневры», «партизанские наступления», «превентивные действия» как стратегии атакующей компании.
61. Выбор объекта для атаки.
62. Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.
63. Основные задачи реализации стратегии.
64. Перераспределение ресурсов. Увязка смет со стратегией.
65. Разработка политики и процедур, способствующих реализации стратегии.
66. Применение передовых методов для совершенствования технологических и управленческих процессов. Тотальное управление качеством. Бенчмаркинг.
67. Создание поддерживающих систем.
68. Разработка систем вознаграждения, способствующих реализации стратегии.
69. Формирование культуры, благоприятствующей стратегии.
70. Содержание понятия «организационная культура». Источники культуры компании.
71. Культурные традиции. Неэффективные и адаптивные культуры.
72. Обеспечение соответствия стратегии и культуры.
73. Управленческий учет как система информационной поддержки конкурентной стратегии.
74. Лидеры стратегических изменений. Символические и содержательные действия проводников стратегий.
75. Анализ прибыльности компании по потребителям.
76. Максимизация доходов от существующих потребителей.
77. Анализ прибыльности продукта.
78. Максимизация стоимости существующих продуктов.
79. Продукты и брэнды как источники конкурентных преимуществ.
80. Обеспечение сбора стратегической информации (данные о покупателях, продуктах, операциях, работниках, финансовых результатах).
81. Структурные изменения в организации в связи с реализацией стратегии.
82. Шаблоны структурного развития корпорации Альфреда Чандлера: линейная, функциональная, дивизиональная, оболочечная организационные структуры.
83. Стратегический контролинг в комплексной координации процессов стратегического управления.

84. Элементы системы стратегического контролинга.
85. Создание системы измерения и отслеживания параметров.
86. Сравнение и оценка результатов реализации стратегии.
87. Проведение корректировки стратегии. Смена стратегий по мере развития бизнеса.
88. Матричные инструменты стратегического управления.
89. Карта стратегических групп организаций в отрасли.
90. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
91. Матрица Mc Kinsly.
92. PEST анализ и его применение в стратегическом менеджменте.
93. Матрица Игоря Ансоффа «продукт-рынок».
94. Матрица жизненного цикла или эволюции СБЕ (матрица Хофера).