

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»

Кафедра экономики и бухгалтерского учета

Согласовано
на Методическом совете
экономического факультета
«18» апреля 2019 г.

Утверждено
решением кафедры экономики и
бухгалтерского учета
«10» апреля 2019 г.
протокол № 8

Рабочая программа дисциплины
«Рыночные стратегии предприятия АПК»

Направление подготовки: **38.04.01 Экономика**

Направленность (профиль) программы: **Экономика предприятий и организаций АПК**

Квалификация: **магистр**

Форма обучения: **очная, заочная**

Смоленск 2019

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика.

Составитель:

доцент кафедры экономики
и бухгалтерского учета, к.э.н., доцент

Трофименкова Е.В. 09.04.2019 г.

Рецензент:

доцент кафедры
управления производством, к.э.н., доцент

Миронкина А.Ю. 09.04.2019 г.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины)

В результате изучения дисциплины «Рыночные стратегии предприятия АПК» у обучающихся формируются следующие профессиональные и дополнительные профессиональные компетенции:

Содержательная структура компонентов компетенций

Названия компетенций	Части компонентов
ПК-7 способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	Знать: - основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках; - особенности стратегии предприятий АПК.
	Уметь: - разрабатывать различные стратегии поведения экономических агентов на различных рынках; - формировать элементы стратегии предприятий АПК.
	Владеть: - способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках; - определением конкурентных преимуществ организаций АПК.
ДПК-1 способность определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры, агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений	Знать: - экономические стратегии развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры, агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; - нормативную базу предприятия при принятии управленческих решений и контроля при их исполнении на предприятиях АПК.
	Уметь: - определять и составлять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; - разрабатывать и реализовывать экономические стратегии на предприятиях АПК.
	Владеть: - способностью определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; - способностью опираться в подготовке решений на научно-обоснованные нормативы при разработке стратегии развития предприятия АПК в рыночных условиях.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Рыночные стратегии предприятия АПК» входит в вариативную часть. Знания и навыки, полученные при ее изучении позволяют повысить эффективность хозяйственно-экономической и маркетинговой деятельности сельскохозяйственных предприятий, конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынке.

Цель дисциплины формирование профессиональных и дополнительных профессиональных компетенций у будущих выпускников в области разработка экономической стратегии развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры, агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений, а также вооружение студентов знаниями экономических процессов, происходящих на предприятии в современных условиях, привитие им навыков в решении практических задач, возникающих в производственно-хозяйственной деятельности предприятий АПК.

3. Объем дисциплины (раздела) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Вид учебной работы	3 семестр
Трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	2
часов	72
Аудиторная (контактная) работа, часов	16
в т.ч. занятия лекционного типа	8
занятия семинарского типа	8
Самостоятельная работа обучающихся, часов	54
Контроль	2
Вид промежуточной аттестации	зачет

Вид учебной работы	4 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	2
часов	72
Аудиторная (контактная) работа, часов	4
в т.ч. занятия лекционного типа	2
занятия семинарского типа	2
Самостоятельная работа обучающихся, часов	64
Контроль	4
Вид промежуточной аттестации	зачет

4. Содержание дисциплины (раздела), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Очная форма обучения

Наименование темы	Трудоемкость, часов			Форма текущего контроля	Перечень компетенций
	всего	в том числе			
		аудиторной работы	самостоятельной работы		
Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятий АПК	36	8	28	тест, устный опрос	ПК-7, ДПК-1
Тема 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	8	2	6		
Тема 2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	8	2	6		
Тема 3. Анализ внутренней среды предприятий АПК	8	2	6		
Тема 4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК	12	2	10		
Раздел 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятиях АПК	34	8	26	тест, устный опрос	ПК-7, ДПК-1
Тема 1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	10	2	8		
Тема 2. Стратегическое позиционирование	10	2	8		
Тема 3. Реализация стратегии	14	4	10		
Контроль	2				
Итого	72	16	54		

Заочная форма обучения

Наименование темы	Трудоемкость, часов			Форма текущего контроля	Перечень компетенций
	всего	в том числе			
		аудиторной работы	самостоятельной работы		
Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятий АПК	34	2	32	тест, устный опрос	ПК-7, ДПК-1
Тема 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	9	1	8		
Тема 2. Стратегическое рыночное управление: общие положения	9	1	8		
Тема 3. Анализ внутренней среды предприятий АПК	8		8		
Тема 4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК	8		8		
Раздел 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятиях АПК	34	2	32	тест, устный опрос	ПК-7, ДПК-1
Тема 1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	11	1	10		
Тема 2. Стратегическое позиционирование	11	1	10		
Тема 3. Реализация стратегии	12		12		
Контроль	4				
Итого	72	4	64		

4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятий АПК.

Цель - сформировать у студентов компетенции, способствующие комплексному целостному подходу к решению проблем стратегического рыночного анализа предприятий АПК.

Задачи – овладение методиками обоснования и выбором стратегии в предпринимательстве, определение степени риска, выбор партнера и определение степени ответственности за принятые обязательства, в том числе и на предприятиях АПК.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента

Общая оценка агропромышленного комплекса. Разработка стратегии бизнеса. Понятие бизнес-единицы. Функциональные стратегии и программы. Основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках. Стратегические направления: качество, ценность, фокус, инновационность, глобальность, атрибут товара, дизайн товара, широта товарного ассортимента, корпоративная социальная ответственность, осведомленность о торговой марке и близость к покупателю. Стратегическое рыночное управление: бюджетирование, долгосрочное и стратегическое планирование. Особенности стратегии предприятий АПК.

Тема 2. Стратегическое рыночное управление: общие положения

Идентификация и выбор стратегии на предприятиях АПК. Внутренний анализ: оценка результатов деятельности и изучение сильных и слабых сторон предприятий АПК. Товарно-рыночные стратегии. Выбор стратегических вариантов. Внедрение стратегии на практике (на примере предприятий АПК). Внешний анализ: изучение покупателей, конкурентов, рынков и среды. Определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений.

Тема 3. Анализ внутренней среды предприятий АПК

Анализ результатов деятельности предприятий АПК: показатели объема продаж и прибыльности. Определение текущей рыночной жизнеспособности товарной линии на предприятиях АПК. Анализ товарного портфеля. Организационные способности и ограничения. Финансовые ресурсы и ограничения на предприятиях АПК.

Тема 4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК

Анализ покупателей в сфере АПК. Сегментирование рынка и покупателей: искомые выгоды, лояльность и предназначение. Анализ мотивации покупателей: активы и навыки необходимы фирме для успешной конкуренции. Анализ конкурентов. Определение возможностей, тенденций и стратегических неопределенностей. Улучшение качества стратегических решений (решений о том, где и как вы будете конкурировать). Экономическая стратегия развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений. Анализ среды. Неудовлетворенные потребности: прогнозирование развития технологий, идентификации и опросов ведущих пользователей, а также систематическое творческое мышление.

Раздел 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятиях АПК

Цель – формирования представления о правильном выборе стратегических преимуществ на конкретном предприятии АПК при выходе на рынок, ориентируясь на качество товаров и позиционирование.

Задачи – овладение методиками интерпретации результатов стратегического управления в

рамках управления компанией; научиться оценивать новые рыночные возможности, формировать и реализовывать бизнес-идеи на предприятиях АПК.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества.

Выбор бизнес-модели ведения бизнеса. Устойчивое конкурентное преимущество. Синергизм и деловые способности компании. Концепция синергизма. Начальный и операционный синергизм. Стратегическое мышление. Ориентация на качество. Создание сильных брендов. Оптимизация затрат на предприятиях АПК. Симметрия и совместные эффекты. Разрабатывать различные стратегии поведения экономических агентов на аграрных рынках.

Тема 2. Стратегическое позиционирование

Стратегическое позиционирование. Стратегическая позиция - развитию стратегических альтернатив, культуры и ценностей организации, а также создание и проведение коммуникативных программ. Стратегические направления на предприятиях АПК. Разработка и выбор стратегической позиции на предприятиях АПК. Расширение рынков сбыта с использованием существующих продуктов. Рост на сокращающихся рынках. Стратегия выхода на новый рынок сельскохозяйственных товаров.

Изучение товарной категории: свойства товара, широта предложения, впечатление от покупки или использования, нематериальные характеристики организации, в том числе предприятий АПК, эмоциональные выгоды и выгоды самовыражения, впечатление, современность, индивидуальность торговой марки и отличие от конкурентов.

Тема 3. Реализация стратегии

Организационные вопросы стратегического планирования на предприятиях АПК, централизация и децентрализация. Стратегии роста: проникновение на товарный рынок и его расширение, вертикальная интеграция. Диверсификация. Стратегии действий на враждебных и находящихся в стадии спада рынках. Глобальные стратегии. Составлять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений.

4.3 Тематический план по очной форме обучения

Раздел 1. Основные положения концепции стратегического рыночного управления и стратегический анализ предприятий АПК

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость часов
Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	1.Что такое стратегия бизнеса 2.Понятие бизнес-единицы. 3.Функциональные стратегии и программы 4. Основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках, в том числе аграрных.	1
Стратегическое рыночное управление: общие положения	1.Идентификация и выбор стратегии на предприятиях АПК. 2.Товарно-рыночные стратегии 3.Выбор стратегических вариантов 4.Внедрение стратегии на практике	1
Анализ внутренней среды	1.Анализ результатов деятельности на	1

предприятий АПК	предприятиях АПК 2.Анализ товарного портфеля 3.Организационные способности и ограничения 4.Финансовые ресурсы и ограничения на предприятиях АПК	
Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК	1.Анализ покупателей в сфере АПК 2.Анализ конкурентов 3.Анализ среды предприятий АПК	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Вид работы (метод проведения)	Трудоемкость, часов
Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	Групповая дискуссия*	1
Стратегическое рыночное управление: общие положения	Анализ ситуаций*	1
Анализ внутренней среды предприятий АПК	Групповая дискуссия*	1
Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК	Анализ ситуаций*	1

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 1 – 4 час.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Контроль
Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	6	тест, устный опрос
Стратегическое рыночное управление: общие положения	6	
Анализ внутренней среды предприятий АПК	6	
Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК	10	

Раздел 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятиях АПК

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	1.Устойчивое конкурентное преимущество 2.Стратегическое мышление 3.Ориентация на качество с.-х. товаров 4.Создание сильных брендов 4.Оптимизация затрат на предприятиях АПК 5. Стратегии поведения экономических агентов на аграрных рынках	1
Стратегическое	1.Стратегическое позиционирование	1

позиционирование	2.Стратегические направления 3.Разработка и выбор стратегической позиции 4.Расширение рынков сбыта с использованием существующих продуктов 5.Рост на сокращающихся рынках 6.Стратегия выхода на новый рынок предприятий АПК	
Реализация стратегии	1.Организационные вопросы стратегического планирования, централизация и децентрализация 2.Стратегии роста: проникновение на товарный рынок и его расширение, вертикальная интеграция 3.Диверсификация производства на предприятиях АПК 4.Стратегии действий на враждебных и находящихся в стадии спада рынках 5.Глобальные стратегии развития предприятий АПК 6. Экономическая стратегия развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений.	2

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Вид работы (метод проведения)	Трудоемкость, часов
Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	Групповая дискуссия*	1
Стратегическое позиционирование	Групповая дискуссия*	1
Реализация стратегии	Групповая дискуссия*	2

* - учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 2 – 4 часа.

учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств всего – 8 часа.

Самостоятельная работа

Тема	Трудоемкость, часов	Контроль
Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	8	тест, устный опрос
Стратегическое позиционирование	8	
Реализация стратегии	10	

4.4 Тематический план по заочной форме обучения

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	1.Что такое стратегия бизнеса 2.Понятие бизнес-единицы 3.Функциональные стратегии и программы 4. Основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках, в том числе аграрных.	1
Стратегическое рыночное управление: общие положения	1.Идентификация и выбор стратегии на предприятиях АПК. 2.Товарно-рыночные стратегии 3.Выбор стратегических вариантов 4.Внедрение стратегии на практике	1

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

Тема	Вопросы	Трудоемкость, часов
Завоевание устойчивого конкурентного преимущества	Групповая дискуссия*	1
Стратегическое позиционирование	Групповая дискуссия*	1

***учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств всего – 2 час.**

Самостоятельная работа

Тема	Контроль	Трудоемкость, часов
Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента	Тест, устный опрос	8
Стратегическое рыночное управление: общие положения		8
Анализ внутренней среды предприятий АПК		8
Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК		8
Завоевание устойчивого конкурентного преимущества		10
Стратегическое позиционирование		10
Реализация стратегии		12

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами учебных занятий по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК» и организационными формами обучения являются: лекция, занятия семинарского типа, консультация, самостоятельная работа обучающегося.

Лекция является одним из важнейших видов учебных занятий и составляет основу теоретической подготовки обучающихся. Ее цель - дать систематизированные основы научных знаний по учебной дисциплине (модулю), акцентировав внимание на наиболее сложных и узловых вопросах темы. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность студентов, способствовать формированию их творческого мышления. Для чтения отдельных лекций могут приглашаться ведущие ученые из других образовательных, научных учреждений, специалисты из учреждений.

Занятия семинарского типа – вид учебного занятия, на котором обучающиеся под руководством преподавателя выполняют определенные соответственно сформулированные задачи с целью усвоения научно-теоретических положений учебной дисциплины (модуля), приобретения умений и навыков их практического применения, опыта творческой деятельности, овладения современными методами практической работы, в том числе с применением технических средств.

Занятия семинарского типа могут проводиться в форме тренировок, решений практических задач, компьютерных практикумов, групповых проектов, мастер-классов, деловых и ролевых игр и т. п.

Занятия семинарского типа проводятся в аудиториях или в учебных лабораториях, оснащенных необходимыми техническими средствами обучения, вычислительной техникой.

Консультация – вид учебного занятия, на котором обучающийся получает от преподавателя ответы на конкретные вопросы или объяснения отдельных теоретических положений и их практического использования. Консультации проводятся регулярно и носят как индивидуальный, так и групповой характер. Основная задача группового консультирования – подробное либо углубленное рассмотрение вопросов теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части обучающихся. По желанию обучающихся возможно вынесение на обсуждение дополнительных вопросов, вызывающих у них особый интерес, которые не получили достаточного освещения в лекционном курсе.

Изучение отдельных тем дисциплины внеаудиторно является одним из видов самостоятельной работы и рекомендуется для студентов заочного обучения.

Студенты очного обучения изучают темы по указанию преподавателя либо по собственной инициативе в случаях допущенных ими необоснованных пропусков занятий или в целях более углубленной проработки определённых тем, вызывающих научно-исследовательский интерес обучающегося.

Контроль успеваемости и качества подготовки обучающихся подразделяется на текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий. Он проводится в ходе всех видов учебных занятий в форме, предусмотренной тематическим планом.

Промежуточная аттестация успеваемости и качества подготовки обучающихся предназначена для определения степени достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме зачета.

Обучающиеся готовятся к промежуточной аттестации самостоятельно. Подготовка заключается в изучении программного материала дисциплины с использованием личных записей, сделанных в рабочих тетрадях, и рекомендованной в процессе изучения дисциплины литературы.

6. Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю).

1. Трофименкова, Е.В. Методические рекомендации для практических занятий и задания для самостоятельной работы по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК» [Текст] / ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА; [Электронный ресурс] – Смоленск, 2019. – 41 с. - Режим доступа: https://www.sgsha.ru/sgsha/biblioteka/metod_rekom_rynochnyestrategiipredpr_apk.pdf

7. Оценочные материалы

Оценочные материалы в виде фонда оценочных средств по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК» представлены в приложении А к рабочей программе дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература

1. Шаляпина И.П., Анциферова О.Ю., Мягкова Е.А. Стратегическое планирование деятельности предприятия АПК: Учебное пособие. - СПб: Издательство «Лань», 2018. – 140 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/91874/#2>
2. Минаков ИА Экономика и управление предприятиями отраслями и комплексами АПК: Учебник. - СПб: Издательство «Лань», 2017 – 404 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/91296/#2>

Дополнительная литература

1. Ромашин М.С., Измалков А.А., Клименко Ю.И., Симошенко А.А. Управление в интегрированных формированиях регионального АПК. (Вопросы теории и практики) Учебно-методическое пособие. – М.: ФГОУ ДПОС РАКО АПК, 2010, 340 с. - Режим доступа: <http://ebs.rgazu.ru/index.php?q=node/2758>
2. Шашлова Н.М. Бизнес-планирование в сельскохозяйственных предприятиях (учебно-методическое пособие) - М.: ФГБОУ ДПОС РАКО АПК, 2014. -33 с. - Режим доступа: <http://ebs.rgazu.ru/index.php?q=node/2762>
3. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Т.В. Калашникова. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 138 с. - Режим доступа: <http://ebs.rgazu.ru/index.php?q=node/3384>

9. Профессиональные базы данных

«Гарант-аналитик» <http://www.garant.ru>
«КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>

10. Информационные справочные системы

Информационные системы Минсельхоза России <http://opendata.mcx.ru/opendata/>
Федеральная служба государственной статистики. <http://gks.ru/>
Профессиональная справочная система Техэксперт <http://www.cntd.ru>

11. Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система WindowsXP, Windows 7, Windows 10 для образовательных организаций (Подписка MicrosoftImaginePremium (renewal) в рамках соглашения №600798690 от 30.01.2018)
2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014)

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК»

Направление подготовки: **38.04.01 Экономика**

Квалификация: **магистр**

Направленность (профиль) программы: **Экономика предприятий и организаций АПК**

Форма обучения: **очная, заочная**

Смоленск 2019 г.

1. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций

Код и наименование компетенции	Критерии освоения компетенции	Показатели оценивания сформированности компетенций	Процедуры оценивания
ПК-7 способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	Пороговый (удовлетворительно)	<p>Знает: основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках, особенности стратегии предприятий АПК.</p> <p>Умеет: разрабатывать различные стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, формировать элементы стратегии предприятий АПК.</p> <p>Владеет: способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, определением конкурентных преимуществ организаций АПК.</p>	Устный опрос, тестирование, выполнение практического задания
	Продвинутый (хорошо)	<p>Твердо знает: основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках, особенности стратегии предприятий АПК;</p> <p>Уверенно умеет: разрабатывать различные стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, формировать элементы стратегии предприятий АПК.</p> <p>Уверенно владеет: способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, определением конкурентных преимуществ организаций АПК.</p>	
	Высокий (отлично)	<p>Сформировавшееся систематическое знание основных элементов процесса стратегического управления и альтернативных стратегий развития на различных рынках; особенности стратегии предприятий АПК.</p> <p>Сформировавшееся систематическое умение разрабатывать различные стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, формировать элементы стратегии предприятий АПК.</p> <p>Сформировавшееся систематическое владение способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, определением конкурентных преимуществ организаций АПК.</p>	

<p>ДПК-1</p> <p>способность определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры, агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений</p>	<p>Пороговый (удовлетворительно)</p>	<p>Знает: экономические стратегии развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; нормативную базу предприятия при принятии управленческих решений и контроля при их исполнении на предприятиях АПК.</p> <p>Умеет: определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; разрабатывать и реализовывать экономические стратегии на предприятиях АПК.</p> <p>Владеет способностью определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; способностью опираться в подготовке решений на научно-обоснованные нормативы при разработке стратегии развития предприятия АПК в рыночных условиях.</p>	<p>Устный опрос, тестирование, выполнение практического задания</p>
	<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Твердо знает: экономические стратегии развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; нормативную базу предприятия при принятии управленческих решений и контроля при их исполнении на предприятиях АПК.</p> <p>Уверенно умеет: определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; разрабатывать и реализовывать экономические стратегии на предприятиях АПК.</p> <p>Уверенно владеет: способностью определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; способностью опираться в подготовке решений на научно-обоснованные нормативы при разработке стратегии развития предприятия АПК в рыночных условиях.</p>	
	<p>Высокий (отлично)</p>	<p>Сформировавшееся систематическое знание экономических стратегий развития организации АПК с учетом</p>	

		<p>рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; нормативной базы предприятия при принятии управленческих решений и контроля при их исполнении на предприятиях АПК.</p> <p>Сформировавшееся систематическое умение определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; разрабатывать и реализовывать экономические стратегии на предприятиях АПК.</p> <p>Сформировавшееся систематическое владение способностью определять экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений; способностью опираться в подготовке решений на научно-обоснованные нормативы при разработке стратегии развития предприятия АПК в рыночных условиях.</p>	
--	--	--	--

2. Описание шкал оценивания

2.1. Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (ниже порогового)*	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Участие в устном опросе	отсутствие участия	единичное высказывание	активное участие в обсуждении	активное участие в обсуждении и высказывание нестандартных суждений с обоснованием точки зрения
Выполнение тестов (правильных ответов из 15 вопросов)	8 и менее	9-11	12-13	14 и более

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК».

2.2. Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет)

Технология оценивания	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение итогового теста (из 15 возможных вопросов варианта) и решение практического задания	имеет только отдельные представления об изучаемом материале, правильных ответов на предложенный тест менее 8, практическое задание решено не правильно или не решено	испытывает затруднения при самостоятельном воспроизведении материала, практическое задание решено с ошибками, ответов на предложенный тест 9-11	умеет применять полученные знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает серьезных ошибок, ответов на предложенный тест 12-13	свободно применяет знания на практике, в ответах и при решении практического задания не допускает ошибок, ответов на предложенный тест 14-15

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

ПРИМЕРНЫЙ КОМПЛЕКТ ТЕСТОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК».

Примерные тесты к разделу 1

1. Что относится к одному из условий формирования стратегии:

- А) текучесть кадров;
- Б) темпы НТП;
- В) рациональное распределение ресурсов;
- Г) улучшение условий труда.

2. В чем заключается суть темологического подхода к изучению предприятия:

- А) основная роль принадлежит окружению предприятия;
- Б) предприятие — это система, которой можно управлять, определять ее цели и деятельность.
- В) анализ рентабельности предприятия;
- Г) образование внутренних связей, как результат социального поведения предприятия.

3. Одним из факторов внешней среды предприятия являются:

- А) улучшение труда и имидж предприятия;
- Б) сбыт, продвижение товара;
- В) сканирование среды, неконкурентноспособность продукции;
- Г) наличие оборудования, спортивной базы, библиотеки.

4. Стратегия предприятия АПК — это

- А) планирование реализации и производства товаров и услуг для определенного сегмента рынка;
- Б) детальный план предназначен для того, чтобы обеспечить миссию организации и достижения ее целей;
- В) финансовый план предприятия, составленный для его внутренней среды и разработан для каждого подразделения предприятия;

Г) пути достижения тактических целей предприятия, определение источников его финансирования.

5. Основным момент корпоративной стратегии:

- А) распределение ресурсов между подразделениями;
- Б) разрабатывается в рамках функциональных подразделений;
- В) разрабатывается для предприятий, выпускающих однотипную продукцию;
- Г) направления на отдельные подразделения или продукты.

6. Условиями формирования стратегии являются:

- А) рациональное использование ресурсов;
- Б) рост конкуренции;
- В) основные подходы к изучению предприятия.

7. Типами стратегии являются:

- А) технологической, финансовой, базовая стратегии;
- Б) экологической, ресурсная стратегия, стратегия безопасности;
- В) конкурентная, корпоративная, функциональная стратегии.

8. На внутреннюю среду предприятия АПК влияют:

- А) уровень инфляции;
- Б) стиль жизни потребителя;
- В) квалификация рабочей силы;
- Г) конкуренты.

9. Для определения информации используются следующие способы:

- А) оценка и контроль результатов деятельности предприятия;
- Б) личный опыт;
- В) изменение организационной структуры;
- Г) прогнозирование.

10. Стратегия – это ...

- А) деятельность предприятия, направленная на появление новых методов прогнозирования будущего;
- Б) подробный, всесторонний комплексный план;
- В) организация управления рынком и внешним окружением;
- Г) диверсификация во продукции с целью завоевания рынка.

11. Направленность, цель конкурентной стратегии:

- А) расширение ресурсов между подразделениями;
- Б) конкурировать на рынке конкретного товара;
- В) осуществление долгосрочных целей и задач предприятия;
- Г) развитие мероприятий, миссии, целей для достижения их предприятием.

12. Какой из приведенных элементов относится к внутренней среде:

- А) сбыт и продвижение товаров;
- Б) потребление товаров;
- В) производство.

13. Для какой из систем характерен периодический обзор событий?

- А) регулярная;
- Б) иррегулярная;
- В) система непрерывного сбора.

14. Какие из источников информации относятся к внешней среде?

- А) сотрудники;
- Б) книги;
- В) конференции.

15. Зная стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, что характеризует финансовое состояние предприятия АПК:

- А) номенклатура продукции;
- Б) тип и возраст оборудования;
- В) валовые наполнения;
- Г) фондоотдача;
- Д) показатели баланса;

Примерные тесты к разделу 2

1. Миссия предприятия АПК – это:

- а) главная цель предприятия, которая определяет его назначение;
- б) глобальная цель деятельности предприятия на рынке;
- в) долгосрочный ориентир предприятия;
- г) направление деятельности предприятия;
- д) оценка и контроль определения программ.

2. Диверсификация не предвидит:

- а) фокусирование на самом привлекательном сегменте рынка;
- б) разнообразие и всестороннее развитие;
- в) одновременное развитие многих, не связанных между собой видов производства;
- г) проникновение в сферы, которые не имеют непосредственной производственной связи с другими сферами деятельности.

3. Формулирование стратегических целей не предвидит:

- а) построение организационной структуры управления и производственной структуры, а также схемы взаимосвязи между ними;
- б) построение «дерево целей»;
- в) учет всех самых важных показателей, которые характеризуют конечные результаты деятельности;
- г) целеобразование во всех сферах деятельности предприятия, от которых зависит его выживание и успех организации.

4. Какое одно из утверждений относительно стратегии корпоративного уровня диверсификационной организации является ошибкой:

- а) координирует функциональные стратегии;
- б) обеспечивает координацию разных видов бизнеса;
- в) устанавливает стратегические приоритеты;
- г) обеспечивает управление объединенными в организации видами деятельности.

5. Стратегия – это система управленческих решений, к которым не входят определения:

- а) форм и методов организации производства;
- б) перспективных направлений развития организации;
- в) сферы, формы и способы деятельности организации в условиях непостоянной окружающей среды;
- г) порядку разделения ресурсов для достижения целей.

6. Наиболее правильным определением понятия стратегии предприятия является:

- а) рассчитана на перспективу система мероприятий, которая обеспечивает достижение целей

предприятия;

- б) обобщенная модель действий, которая необходима для координации деятельности предприятия в перспективном периоде;
- в) подробный комплексный план, предназначен для целевого распределения ресурсов;
- г) рассчитанный на перспективу комплекс мероприятий, который предвидит реакцию предприятия на смену в окружающей среде.

7. Какая стратегия предвидит контроль над разными видами деятельности и номенклатурой продукции в целом на предприятии АПК?

- а) управление набором отраслей;
- б) продуктивно-рыночная;
- в) маркетинга;
- г) конкуренции.

8. Какая стратегия направлена на достижение общей цели предприятия и отображает основные направления развития предприятия в целом?

- а) продуктивно-рыночная;
- б) конкуренции;
- в) маркетинга;
- г) управление набором отраслей.

9. Какая из представленных стратегий предвидит лицензионный обмен?

- а) внешнеэкономической экспансии;
- б) нововведений;
- в) зарубежного инвестирования;
- г) ориентировки на расширение экспорта.

10. Предпосылками использования термина «стратегия» в управленской теории и практике предприятия является:

- а) усиление внешней среды и повышение значимости его факторов для предприятия;
- б) трудности в достижении целей предприятия;
- в) необходимость в проведении деловой политики.

11. Определяя экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений, в чем заключается специфика стратегии в:

- а) комплексном характере стратегии;
- б) проявленные сильные и слабые стороны предприятия;
- в) определенном характере действий;
- г) предвидении будущего предприятия.

12. Какая стратегия принадлежит к типу функциональных?

- а) стратегия маркетинга;
- б) стратегия увеличения;
- в) стратегия развития;
- г) стратегия управления производством.

13. Какие стратегии направлены на достижение специфических целей предприятия и отображают основные направления его деятельности?

- а) стратегии бизнеса;
- б) стратегия управления набором отраслей;
- в) специальная стратегия;
- г) стратегия управления персоналом.

14. С учетом особенностей стратегии предприятий АПК, выделяют такие уровни стратегии:

- а) корпоративный, деловой, функциональный;
- б) корпоративный, специфический, функциональный;
- в) стратегия роста, стратегия ограниченного роста;
- г) глобальный, корпоративный, бизнес стратегия.

15. К какому уровню управления предприятием принадлежит стратегия маркетинга?

- а) функционального;
- б) корпоративного;
- в) делового;
- г) бизнеса.

**Примерные вопросы для подготовки к устному опросу для текущего контроля
по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК»**

Примерные вопросы к разделу 1.

**Основные положения концепции стратегического рыночного управления и
стратегический анализ предприятий АПК**

Тема 1. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции менеджмента

- 1. Общая оценка агропромышленного комплекса.
- 2. Разработка стратегии бизнеса.
- 3. Что такое стратегия бизнеса?
- 4. Понятие бизнес-единицы.
- 5. Функциональные стратегии и программы.
- 6. Основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития на различных рынках.
- 7. Стратегические направления: качество, ценность, фокус,
- 8. Стратегические направления: инновационность, глобальность, атрибут товара, дизайн товара, широта товарного ассортимента,
- 9. Стратегические направления: корпоративная социальная ответственность, осведомленность о торговой марке и близость к покупателю.
- 10. Стратегическое рыночное управление: бюджетирование, долгосрочное и стратегическое планирование.
- 11. Особенности стратегии предприятий АПК.

Тема 2. Стратегическое рыночное управление: общие положения

- 1. Идентификация и выбор стратегии на предприятиях АПК.
- 2. Внутренний анализ: оценка результатов деятельности и изучение сильных и слабых сторон предприятий АПК.
- 3. Товарно-рыночные стратегии.
- 4. Выбор стратегических вариантов на предприятиях АПК.
- 5. Внедрение стратегии на практике (на примере предприятий АПК).
- 6. Внешний анализ: изучение покупателей, конкурентов, рынков и среды.
- 7. Экономическая стратегия развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики.
- 8. Политика управления персоналом агропромышленных объединений.

Тема 3. Анализ внутренней среды предприятий АПК

1. Анализ результатов деятельности предприятий АПК: показатели объема продаж и прибыльности.
2. Определение текущей рыночной жизнеспособности товарной линии на предприятиях АПК.
3. Анализ товарного портфеля.
4. Организационные способности и ограничения.
5. Финансовые ресурсы и ограничения на предприятиях АПК.

Тема 4. Анализ внешней среды (рынка, конкурентов, покупателей) предприятий АПК

1. Анализ покупателей в сфере АПК.
2. Сегментирование рынка и покупателей: искомые выгоды, лояльность и предназначение.
3. Анализ мотивации покупателей: активы и навыки необходимы фирме для успешной конкуренции.
4. Анализ конкурентов.
5. Определение возможностей, тенденций и стратегических неопределенностей.
6. Улучшение качества стратегических решений (решений о том, где и как вы будете конкурировать).
7. Экономическая стратегия развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики.
8. Анализ среды.
9. Неудовлетворенные потребности: прогнозирование развития технологий, идентификации и опросов ведущих пользователей, а также систематическое творческое мышление.

Примерные вопросы к разделу 2. Разработка стратегии бизнеса на предприятиях АПК

Тема 1. Завоевание устойчивого конкурентного преимущества.

1. Выбор бизнес-модели ведения бизнеса.
2. Устойчивое конкурентное преимущество.
3. Синергизм и деловые способности компании.
4. Концепция синергизма.
5. Начальный и операционный синергизм
6. Стратегическое мышление.
7. Ориентация на качество с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики.
8. Создание сильных брендов на предприятиях АПК.
9. Оптимизация затрат на предприятиях АПК.
10. Симметрия и совместные эффекты.
11. Разрабатывать различные стратегии поведения экономических агентов на аграрных рынках.

Тема 2. Стратегическое позиционирование

1. Стратегическое позиционирование с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики.
2. Стратегическая позиция - развитию стратегических альтернатив, культуры и ценностей организации, а также создание и проведение коммуникативных программ.
3. Стратегические направления на предприятиях АПК.
4. Разработка и выбор стратегической позиции на предприятиях АПК.
5. Расширение рынков сбыта с использованием существующих продуктов.
6. Рост на сокращающихся рынках.
7. Стратегия выхода на новый рынок сельскохозяйственных товаров.

8. Изучение товарной категории: свойства товара, широта предложения.
9. Впечатление от покупки или использования.
10. Нематериальные характеристики организации, в том числе предприятий АПК.
11. Эмоциональные выгоды и выгоды самовыражения, впечатление, современность, индивидуальность торговой марки и отличие от конкурентов.

Тема 3. Реализация стратегии

1. Организационные вопросы стратегического планирования на предприятиях АПК.
2. Централизация и децентрализация.
3. Стратегии роста: проникновение на товарный рынок и его расширение, вертикальная интеграция.
4. Стратегии действий на враждебных и находящихся в стадии спада рынках.
5. Диверсификация производства на предприятиях АПК
6. Глобальные стратегии развития предприятий АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики.
7. Стратегии действий на враждебных и находящихся в стадии спада рынках
8. Организационные вопросы стратегического планирования, централизация и децентрализация
9. Экономическая стратегия развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений.

КОМПЛЕКТ ПРИМЕРНЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ) по дисциплине «Рыночные стратегии предприятия АПК»

Зачёт по дисциплине проводится в виде итогового теста и решения практического задания. Тесты по дисциплине содержат основные вопросы по всем темам, включенным в рабочую программу дисциплины. Для выполнения заданий отводится 90 минут.

Примерные задания итогового теста

1. К какому типу принадлежит стратегия выхода предприятия из кризиса?
 - а) специальная стратегия;
 - б) функциональная;
 - в) бизнеса;
 - г) корпоративная;
 - д) стратегия максимизации прибыли.
2. К бизнес-стратегии принадлежат:
 - а) стратегия конкуренции, стратегия экспорта;
 - б) стратегия производства, стратегия маркетинга;
 - в) стратегия маркетинга, стратегия управления набором отраслей;
 - г) стратегия конкуренции, стратегия «товар-рынок», стратегия маркетинга;
 - д) корпоративная.
3. С учетом особенности стратегии предприятий АПК, какая стратегия направлена на достижение общей цели предприятия и отображает основные направления его развития в целом?
 - а) корпоративная;
 - б) маркетинговая;
 - в) инновационная;
 - г) специфическая;
 - д) бизнеса.

4. Стратегия конкуренции предвидит:

- а) обеспечение конкурентных позиций предприятия, повышение качества продукции, снижение затрат производства, специализацию;
- б) снижение затрат, определения конкурентоспособности продукции, ассортимент которой предприятие будет расширять;
- в) повышение качества продукции, специализацию, разработку мероприятий относительно поддержания неизменного уровня затрат;
- г) определение конкурентных позиций предприятия, расширение ассортимента продукции, разработку мероприятий относительно поддержания уровня затрат;
- д) конкурентного преимущества.

5. Стратегическое планирование деятельности предприятия – это:

- а) совокупность действий и решений относительно разработки стратегий;
- б) процесс определения целей предприятия;
- в) разработка стратегий, которая направлена на достижение перспективных целей в определенных функциональных сферах предприятия;
- г) разработка календарных планов-графиков производства;
- д) реакция на изменение условий.

6. Стратегическое планирование – это совокупность процедур, для осуществления которых нужны определенные условия:

- а) создание определенного структурного подразделения, наличие определенных специалистов и информационной базы;
- б) управление персоналом, которое обеспечивает деятельность плановой службы, образование информационной базы;
- в) постоянная актуализация информационной базы, наличие только руководителя отдела стратегического развития;
- г) определение календарно-плановых нормативов движения производства;
- д) необходимость конкурентных преимуществ.

7. Главным заданием разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках является:

- а) достижение перспективных целей, обеспечение конкурентных преимуществ и конкурентной позиции предприятия;
- б) достижение конкурентных преимуществ и рентабельности организации;
- в) увеличение объемов производства и развития продукции;
- г) удовлетворение потребностей потребителей;
- д) необходимость внедрения высокой культуры управления.

8. Определение возможных путей достижения долгосрочных целей предприятия при имеющихся ресурсах предвидится в системе:

- а) стратегического планирования;
- б) глобального планирования;
- в) оперативного планирования;
- г) среднесрочного планирования;
- д) бизнес-планирования.

9. Определяя экономическую стратегию развития организации АПК с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики и политики управления персоналом агропромышленных объединений, миссия предприятия в широкой трактовке разглядывается как:

- а) философия предприятия, которая определяет принципы и ценности, согласно которым предприятие осуществляет свою деятельность;
- б) качественные и количественные ориентиры деятельности предприятия;

- в) сформулированный смысл существования предприятия;
- г) словесное выражение общей и специфической стратегии предприятия;
- д) определение стратегических целей.

10. Словесное выражение главной цели предприятия, которое определяет сферу его деятельности – это:

- а) девиз предприятия;
- б) кредо предприятия или лозунг;
- в) философия предприятия;
- г) совокупность лозунгов, стиля управления предприятием;
- д) экономический потенциал.

11. Цель фирмы: «отобразить часть рынка (10%) за год» принадлежит к:

- а) количеству стратегической цели;
- б) качеству стратегической цели;
- в) тактической цели;
- г) оперативной цели;
- д) текущей цели.

12. Планирование, которое направленное на обеспечение стойкой долгосрочной ответственности между целями предприятия, его внутренними и рыночными возможностями является:

- а) стратегическим;
- б) оперативным;
- в) целевым;
- г) технико-экономическим;
- д) определение стратегической среды.

13. Объектом _____ стратегии выступают долгосрочные характеристики производственных процессов, позволяющие принимать стратегические решения о составе необходимого оборудования, персонала, зданий, сооружений, запасов сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих.

14. Определяя экономическую стратегию развития организации АПК, основные задания организации стратегического планирования (в случае использования традиционного подхода) заключается в:

- а) создании определенной структуры и обеспечении ее функционирования;
- б) создании социального производства подразделения на предприятии;
- в) привлечении к процессу планирования руководителей и всех работников предприятия (линейных и функциональных);
- г) обеспечении предприятия необходимыми ресурсами;
- д) разработка альтернативных планов.

15. Корпоративная стратегия представляет собой:

- а) общий план управления диверсифицированной компанией, описывающей действия по достижению определенных позиций в различных отраслях
- б) видовую стратегию предприятия
- в) продуктовую стратегию предприятия
- г) отраслевую стратегию предприятия

16. Функциональная стратегия представляет собой:

- а) стратегический план деятельности функциональных единиц предприятия в рамках стратегии предприятия
- б) стратегия, направленная на развитие определенных функций

- в) техническую и технологическую стратегию предприятия
- г) инновационную и инвестиционную стратегию предприятия

17. А.А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд считают, что стратегия организации определяет:

- а) что, кто и когда должен делать
- б) материальные и финансовые средства предприятия
- в) способы достижения функциональных целей
- г) методы и инструменты конкурентной борьбы

18. Стратегическая сегментация рынка, прогнозирование стратегии повышения качества продукции проводятся на основе

- а) стратегического маркетинга
- б) стратегического планирования
- в) стратегической мотивации
- г) стратегического учета

19. Деловая стратегия с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики представляет собой:

- а) стратегию для каждого отдельного вида деятельности корпорации
- б) стратегию для каждого продукта корпорации
- в) стратегию каждого подразделения корпорации
- г) стратегию каждого руководителя подразделения корпорации

20. Функциональная стратегия – это стратегия:

- а) каждого функционального направления определенной сферы деятельности на уровне фирмы
- б) стратегии заместителей руководителя корпорации
- в) стратегии филиалов корпорации
- г) стратегии корпорации в условиях функционирования в ВТО

21. К тактическим целям с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики относятся:

- а) промежуточные состояния, через которые достигаются стратегические цели
- б) цели, направленные на достижение тактических задач подразделений предприятия
- в) цели, поставленные на 2-3 года
- г) функциональные цели (маркетинговые, производственные, финансовые)

22. Основными факторами качественного и эффективного руководства реализацией стратегии развития предприятия являются:

- а) опыт, стиль управления, практические и теоретические навыки администрирования и построения межличностных отношений в коллективе
- б) образование, стаж работы и знание законодательства мотивация карьерного роста
- в) увеличение денежного вознаграждения и нематериальных льгот (отпуска, бесплатный проезд к местам отдыха, льготы для членов семьи и т.п.)

23. Реальное управление реализацией стратегии включает в себя:

- а) личное руководство процессом стратегических изменений, делегирование полномочий подчиненным и достижение согласия в действиях подчиненных
- б) концентрацию и перераспределение ресурсов на стратегических направлениях создание эффективной системы мотивации труда, систематическое признание
- в) заслуг и награждение достигших заданных результатов
- г) налаживание диалога с органами власти всех уровней, партиями, профсоюзами, правозащитниками, поставщиками, потребителями

24. Экономический эффект от реализации стратегии рассчитывается как
- а) разница между доходами и затратами на реализацию проекта
 - б) разница между доходами и выручкой от реализации проекта
 - в) отношение результатов к затратам на реализацию проекта
 - г) отношение затрат к результатам реализации проекта
25. Экономическая эффективность от реализации стратегии рассчитывается как
- а) отношение результатов к затратам на реализацию проекта
 - б) отношение затрат к результатам реализации проекта
 - в) разница между доходами и затратами на реализацию проекта
 - г) разница между доходами и выручкой от реализации проекта
26. Характерными чертами стратегического планирования с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики являются:
- а) определенная степень неопределенности, временная ориентация и временной горизонт планирования.
 - б) недостаток информации и профессиональных экономистов.
 - в) наличие многих вариантов достижения стратегической цели.
 - г) противоречия между руководством фирмы, учредителями и персоналом фирмы.
27. Стратегический план представляет собой: *(несколько вариантов ответа)*
- а) документально оформленный и утвержденный руководством предприятия документ.
 - б) программу социально-экономической деятельности предприятия и всех его структурных подразделений на стратегический период.
 - в) описание последовательности действий, конкретных мероприятий и проектов, на предприятиях АПК, которые направлены на достижение стратегических целей.
 - г) прогнозирование и реализацию мероприятий, предусмотренных миссией и стратегической целью предприятия.
28. Матрица SWOT-анализа в общей форме отражает:
- а) сильные и слабые стороны во внутренней среде, возможности и угрозы во внешней среде
 - б) сильные и слабые стороны конкурентов во внешней среде
 - в) возможности и угрозы во внутренней среде предприятия
 - г) основные направления выбора стратегии
29. Главными условиями реализации стратегии развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики являются:
- а) наличие жизнеспособной организации и концентрация ресурсов в стратегически важных видах деятельности
 - б) приведение в соответствие поддерживающей политики со стратегией
 - в) увязывание системы вознаграждения и стимулирования с выполнением стратегии
 - г) лояльность государственных органов власти, партий и профсоюзов
30. Решающим условием успешной реализации стратегии развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры агропродовольственной политики является:
- а) эффективное руководство данным процессом и качественное выполнение классических функций управления
 - б) наличие материальных и трудовых ресурсов
 - в) наличие финансовых и инвестиционных ресурсов
 - г) наличие инновационных проектов и отдела маркетинга

ПРИМЕРНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ

Задача 1. Период прогноза 4 года. Чистый денежный поток на конец 4-го года предполагается равным 90000 руб. Ценовой мультипликатор «цена/денежный поток» равен 7. Альтернативные издержки по инвестициям 11%. Определим текущее значение остаточной стоимости предприятия АПК: _____

Задача 2. Период прогноза 5 лет. Чистый денежный поток на конец 5-го года предполагается равным 100000 руб. Ценовой мультипликатор «цена/денежный поток» равен 8. Альтернативные издержки по инвестициям 12%. Определим текущее значение остаточной стоимости предприятия АПК.

Задача 3. Ожидаемый чистый денежный поток предприятия на конец 1-го года равен 400000 руб., на конец 2-го года — 650000 руб., на конец 3-го года — 800000 руб. В дальнейшем прогнозируется ежегодный рост чистого денежного потока $g = 8\%$. Средневзвешенная стоимость капитала $WACC = 12\%$. Определить текущую стоимость предприятия АПК.

Задача 4. Период прогноза 5 лет. Чистый денежный поток предприятия на конец 6-го года предполагается равным $F = 100000$ руб. Ожидается, что чистый денежный поток предприятия будет расти каждый год с постоянной скоростью $g = 10\%$. Средневзвешенная стоимость капитала $WACC = 15\%$. Определим текущее значение остаточной стоимости предприятия АПК.

Задача 5. Известны следующие данные о предприятиях А и В.

Показатели	Предприятие А	Предприятие В
Текущая прибыль, руб.	25000	6000
Число акций	400	200
Прибыль на акцию, руб.	62,5	30

Предприятие А поглощает предприятие В с помощью слияния акционерного капитала и следующего менового соглашения: 1 акция В = 0,5 акции А. Определим показатели предприятия А после поглощения предприятия В.

Задача 6. Ожидаемый чистый денежный поток предприятия на конец 1-го года равен 500000 руб., на конец 2-го года — 750000 руб., на конец 3-го года — 900000 руб. В дальнейшем прогнозируется ежегодный рост чистого денежного потока $g = 10\%$. Средневзвешенная стоимость капитала $WACC = 15\%$. Определим текущую стоимость предприятия АПК.

Задача 7. В таблице указаны стоимости (в % годовых) и рыночные стоимости (в млн. руб.) источников капитала предприятия АПК.

Источник капитала	Стоимость	Рыночная стоимость
Кредит	10	0,5
Обыкновенные акции	16	1,9
Облигационный заем	8	0,6

Определим средневзвешенную стоимость капитала предприятия АПК.

Задача 8. В таблице указаны стоимости (в % годовых) и рыночные стоимости (в млн. руб.) источников капитала предприятия АПК.

Источник капитала	Стоимость	Рыночная стоимость
Кредит	11	0,6
Обыкновенные акции	15	1,8
Облигационный заем	9	0,5

Задача 9. Переоцененная рыночная стоимость материальных активов предприятия равна 500000 руб., отраслевой коэффициент отношения чистой прибыли к собственному капиталу - 12%, среднегодовая чистая прибыль предприятия за последние пять лет - 75000 руб., коэффициент капитализации прибылей предприятия - 15%.

Задача 10. Переоцененная рыночная стоимость материальных активов предприятия равна 600000 руб., отраслевой коэффициент отношения чистой прибыли к собственному капиталу — 11%, среднегодовая чистая прибыль предприятия за последние пять лет — 80000 руб., коэффициент капитализации прибылей предприятия — 14%. Определить стоимость гуд-вилла предприятия.