

# ПРИМЕР ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

## 1 Задание варианта X

*Задание 1. Реферат «Стратегическое управление: сущность и содержание»*

*Задание 2. Практическая ситуация (на примере ООО «ФЦ-Редут»)*

## 2 Выполнение задания

### Задание 1. Реферат «Стратегическое управление: сущность и содержание»

#### Введение

Быстрые изменения деловой среды российских предприятий, связанные с развитием конкуренции, информационных технологий, глобализацией бизнеса и многими другими факторами, обуславливают возрастание важности стратегического управления.

Успех работы предприятия (организации, фирмы) обеспечивают работники, занятые на нем. Именно поэтому современная концепция управления предприятием предполагает выделение из большого числа функциональных сфер управленческой деятельности той, которая связана с управлением кадровой составляющей производства – персоналом предприятия.

.....  
.....

Основной целью реферата является изучение и обобщение теоретических и практических основ стратегического управления предприятия на основе ключевых компетенций

Цель реферата конкретизируется в следующих задачах:

- изучение теоретических аспектов стратегического управления основы развития предприятия;
- анализ современных способов и методов разработки стратегического управления;
- определена роль компетенции как основы развития стратегического управления.

При написании реферата были использованы труды отечественных авторов: Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Фатхутдинов Р.А., Прынин Б.В., Котлер Ф., Ансофф И., Якока Ли, Базаров Т. Ю., Маслов Е. В., Шекшня С. В., Журавлев П. В., Мескон М. Х., Зигерт В. и Ланг Л., и другие., также методические рекомендации, законодательные и нормативные акты.

.....  
 .....  
 .....

## **1 Исторические предпосылки формирования понятия «стратегическое управление»**

Стратегическое управление как вполне определенная разновидность менеджмента сформировалось относительно недавно. Интерес к вопросам управления бизнесом постоянно удерживается на высоком уровне. И связано это не только с тем, что менеджмент играет очень важную роль в бизнесе, но также и с тем, что управление постоянно развивается, обретая иногда такие формы, которые по своей сущности в корне противоположны тому, что прежде в практике и в теоретическом осмыслении считалось образцом правильного управления.

Причина такого явления коренится в том, что стратегическое управление должно обеспечить фирме преимущество перед конкурентами. А это значит, что руководство всегда должно искать новые, оригинальные ходы в управлении - что и составляет актуальность исследования. Стратегическое управление позволяет взглянуть на организацию как на единое целое, объяснить с общесистемных позиций, почему некоторые фирмы развиваются и процветают, а иные переживают стагнацию или им грозит банкротство, то есть, почему происходит постоянное перераспределение ролей основных участников рынка.

Существует много подходов к определению понятия «стратегия». Эти подходы отражены в таблице 1.1.1.

*Таблица 1.1.1 - Различные подходы к определению понятия "стратегия" разных авторов в различные периоды времени [5].*

Автор определения	Год разработки	Определение понятия	Особенности и недостатки
А. Чандлер	1962 г.	Стратегия, как метод установления долгосрочных целей организации,	Понятие ясное, чёткое и раскрывает сущность

Автор определения	Год разработки	Определение понятия	Особенности и недостатки
		программы её действий и приоритетных направлений по размещению ресурсов	стратегии развития организации
Гарвардская школа бизнеса	1965 г.	Стратегия, как метод определения конкурентных целей организации	Понятие короткое и не раскрытое, но чёткое
М. Портер	1980 – 1985 гг.	Стратегия, как способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны	Понятие неполное
И. Ансофф, Д. Стейнер, П. Лоранж и др. авторы	1965 г., 1977 г., 1977 г. (соответственно)	Стратегия, как способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней	Понятие неполное
Г. Минцберг	1987 г.	Стратегия, как последовательная согласованная и интегрированная структура управленческих решений	Понятие не полностью раскрывает сущность стратегии
Г. Хмель	1989 г.	Стратегия, как способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации	Это понятие очень схоже с понятием, которое определила Гарвардская школа бизнеса
А. Томпсон	1995 г.	Стратегия, как набор действий и подходов по достижению заданных показателей деятельности	Более, чем понятное понятие, чёткое и ясное

.....  
.....  
.....  
.....

Условно организационные стратегии могут быть разделены на две группы (рисунок 1.1.1): стратегии функционирования и стратегии развития [20 с.102].

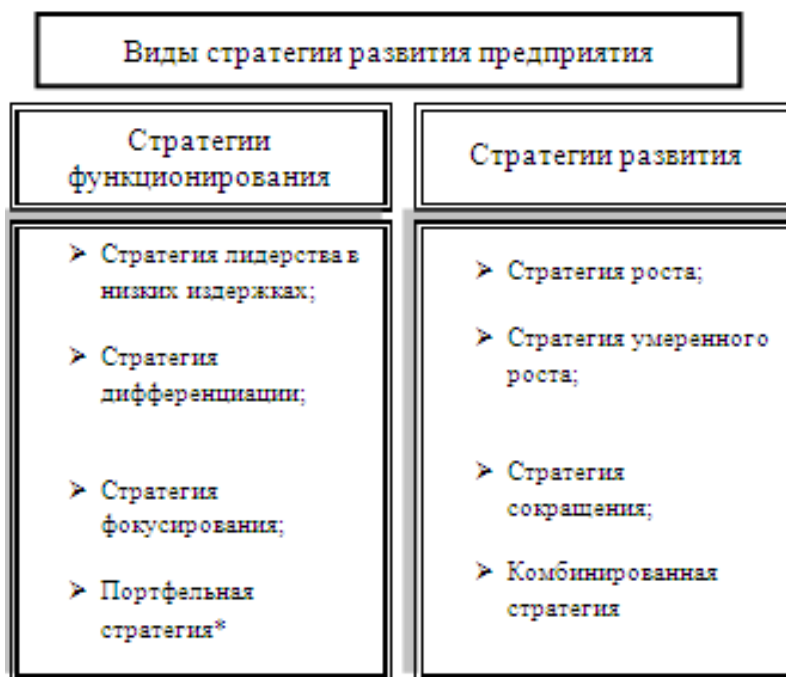


Рисунок 1.1.1 – Классификация стратегий развития организации  
 Стратегии функционирования полностью связаны с поведением организации на рынке. ....  
 .....  
 .....

## 2. Инструменты стратегического управления

Все подходы к разработке стратегии организации сводятся к теоретическому анализу в сочетании с интуицией разработчиков, которыми в первую очередь должны быть субъекты, детализирующие и реализующие стратегию. Важным является и то, что стратегия никогда не может быть продумана и просчитана до конца, а ее корректировка по мере изменения внешних и внутренних условий — процедура необходимая. Из сказанного следует, что универсального, пригодного на все случаи жизни метода разработки стратегии не существует, но опыт подсказывает несколько возможных направлений разработки.

.....  
 .....  
 .....

## 3. Компетенции как основа развития стратегического управления

Под портретом компетенций, чаще всего, понимается документально оформленный набор профессиональных знаний, навыков, умений, личных и других качеств, которыми должен обладать исполнитель задач и функций на конкретном рабочем месте (в должности)[36 с.125].

.....  
.....  
.....

### **Заключение**

Каждой организации необходимы стратегии, чтобы видеть путь достижения своих целей и выполнения миссии. Исходя из выбранной целевой конкурентной позиции, организация может определить на какие направления деятельности ей необходимо оказывать управляющее воздействие с тем, чтобы изменить свою совокупную конкурентоспособность таким образом, чтобы в конечном итоге достичь желаемой цели (конкурентной позиции).

Разработанная и выбранная стратегия должна отвечать на ряд вопросов: Как достичь целей? Как достичь преимуществ в конкурентной борьбе? Как усилить долгосрочные позиции фирмы? Как сделать управленческое стратегическое видение реальностью? Стратегия необходима как всей компании в целом, так и отдельным ее связующим звеньям. Выбор стратегии развития - задача высшего руководства, обычно принимается советом директоров.

В рамках данного реферата были реализованы следующие задачи

- изучены теоретические аспекты стратегического управление основы развития предприятия, а именно.....

.....  
.....

### **Глоссарий**

**Анализ SWOT**, или **анализ ССВУ** (сила, слабость, возможности, угрозы) — анализ сильных и слабых сторон фирмы, оценка ее возможностей и потенциальных угроз. Возможности определяются как нечто, дающее фирме шанс сделать что-то новое: выпустить новый продукт, завоевать новых клиентов, внедрить новую технологию, перестроить и улучшить

цепочки ценностей и т.п. Угроза — это то, что может нанести ущерб фирме, лишить ее существующих преимуществ: несанкционированное копирование уникальных разработок фирмы, появление новых конкурентов или товаров-заменителей и т.п.

.....  
.....

**Бюджет** — предположительное исчисление доходов и расходов организации или государства на определенный срок; распределение и структурирование доходов и расходов; распределение затрат, имеющихся ресурсов (бюджет времени).

**Вертикальная интеграция** — стратегия интегрированного роста, когда положение фирмы внутри отрасли изменяется за счет расширения той путем добавления новых структур. Стратегия обратной вертикальной интеграции (интеграция «назад») направлена на рост фирмы за счет приобретения компаний-поставщиков либо же усиления контроля над поставщиками. Стратегия прямой вертикальной интеграции (интеграция «вперед») выражается в росте фирмы за счет приобретения компаний-поставщиков либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем (над системами распределения и продажи).

.....  
.....  
.....

## **Задание 2 Практическая ситуация (на примере ООО «ФЦ-Редут»)**

### *1. Организационно-правовая характеристика ООО «ФЦ-Редут»*

Форд Центр Редут - официальный дилер Ford в г.Красноярске, одна из наиболее динамично развивающихся компаний на автомобильном рынке города, о чем свидетельствует растущее число клиентов, большинство из которых становятся постоянными.

1 февраля 2002 года на территории Красноярского края, появился первый официальный дилер Ford - компания ООО «Форд центр». В конце 2002 года компания приступила к строительству дилерского центра,

отвечающего современным европейским стандартам. В 2005 году торжественно открылось новое здание Форд Центра площадью 6 924,4 кв.м, которое включает в себя зал для демонстрации автомобилей, современную сервисную зону, складские и офисные помещения ( табл.2.1)

Таблица 2. 1 – Паспорт ООО «ФЦ-Редут»

Краткое название	«Форд центр», «ФЦ-Редут», ООО
Наименование юридического лица:	Общество с ограниченной ответственностью «ФЦ-Редут»
Юридический адрес:	660131 Красноярский край, г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, 4бд
Основной государственный регистрационный номер ОГРН:	.....
Дата присвоения ОГРН:	.....
Идентификационный номер налогоплательщика ИНН:	.....
Код причины постановки на учёт КПП:	.....
Наименование регистрирующего органа:	.....
и т.п.	.....

В соответствии с учредительными документами целями деятельности предприятия являются: расширение рынка товаров и услуг, а также извлечение прибыли.

ООО «ФЦ-Редут» вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законодательством Российской Федерации. Предметом его деятельности является:

- розничная торговля автотранспортными средствами;
- оптовая торговля автотранспортными средствами;
- торговля автотранспортными средствами через агентов;
- техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей;
- оптовая торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями;
- и т.п.

.....  
 .....  
 .....

Участники общества имеют право участвовать в управлении делами общества, занимать в обществе должности, соответствующие их классификации, принимать участие в распределении прибыли, получать

информацию о деятельности общества и знакомиться с данными бухгалтерского учёта и отчетности. Уставной капитал общества составляет 10000 рублей, все вклады в уставной капитал являются денежными.

Общество с ограниченной ответственностью учредителями. Уставной капитал общества разделен на доли, размер которых определяется учредительными документами. Участники общества не отвечают по его обязательствам и не несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Следовательно, требования кредиторов общества подлежат удовлетворению только в пределах имущества общества (его уставного капитала) – в этом и состоит ограниченная ответственность общества. Правовое положение общества, права и обязанности его участников определяются пока только ГК РФ. ООО имеет два учредительных документа - устав и договор. Такая особенность его правового статуса объясняется отсутствием обязанности учредителей общества лично участвовать в деятельности общества. Поскольку же ООО является юридическим лицом, необходим соответствующий орган управления, что и предусматривается в уставе, а соглашение на создание общества, условие его создания определяются учредительным договором.

Учредительные документы содержат условия о размере уставного капитала, размере долей каждого из участников, размере, составе, сроках и порядке внесения вкладов; ответственности участников за нарушения обязанностей по внесению вкладов; составе и компетентности органа управления обществом и порядке принятия им решений. Управление обществом осуществляется его высшим органом – общим собранием участников и исполнительным органом, осуществляющим текущее руководство деятельностью. К исключительной компетенции общего собрания участников общества относятся: изменение устава, уставного капитала, образование исполнительных органов и прекращение их полномочий, утверждение годовых отчетов и бухгалтерских балансов общества и распределение его прибылей и убытков, решение о ликвидации или реорганизации общества, избрание ревизионной комиссии.

Важное значение имеет размер уставного капитала, так как именно он определяет минимальный размер имущества общества, обеспечивающего имущественные интересы его кредиторов. Уставный капитал составляется из стоимости вкладов трех его участников.

Общество имеет самостоятельный баланс, расчётный, валютный и иные счета в банках, фирменное полное наименование, печать со своим



наименованием. Общество обладает полной хозяйственной самостоятельностью в вопросах формирования системы управления, принятия хозяйственных решений, снабжения, сбыта, установления цен, оплаты труда, распределения чистой прибыли.

.....  
.....  
.....

## 2. Целевой портрет организации

Цели организации разрабатываются в поддержку генеральной цели и конгруэнтны (соразмерны) с ней. Они должны обладать рядом характеристик. Для того чтобы сформировать весь комплекс целей и стратегии организации и не пропустить важные, желательно предварительно выделить стратегические хозяйственные подразделения и определить значимые функциональные зоны (целевые зоны) организации. Такими функциональными зонами могут быть: реализация продукции и услуг; снабжение (закупки); производство продукции и услуг; финансы; работа с персоналом и его мотивация; внешние и внутренние коммуникации; НИОКР и т. д. На каждом этапе развития организации приоритет может быть отдан любой из перечисленных функциональных зон. Это зависит от индивидуальных характеристик руководителей организации и конкретной стратегической ситуации в данный момент. По существу здесь должны быть выделены те функциональные зоны, в которых руководство планирует добиться значительных изменений.

3. Логическое построение целей. На этом шаге все цели организации логически увязываются в определенную систему. Здесь решается главная задача - обеспечение взаимоподдержки целей, а это, в свою очередь, служит условием их достижимости.

4. Привлечение сотрудников к формулированию целей. Цель, в выработке которой принимали активное участие сотрудники организации, сплачивает их и выступает сильным мотивом в последующих действиях по ее достижению.

5. Наглядное представление целей. Гласность и наглядность представления целей важна не только для сотрудников организации, но и для ее клиентов и общественности в целом.

На выбор целей огромное влияние оказывают индивидуальные ценности и цели сотрудников организации. В первую очередь учитывается

мнение и ценности, которыми руководствуются высшее руководство и собственник фирмы. Высшее руководство длительное время сохраняет верность определенным ценностям, которая проявляется в выборе типа управления, а также в целях организации .

Целевой портрет ООО «ФЦ-Редут» представлен на рисунке 2.1

### 3. Организационная структура предприятия и структура управления

На способность предприятия адаптироваться к изменениям внешней среды влияет то, как организовано предприятие рисунок 2.2, как построена структура управления. Организационная структура предприятия — это совокупность звеньев (структурных подразделений) и связей между ними.

Выбор организационной структуры зависит от таких факторов, как:



Рисунок 2. 1 - Целевой портрет ООО «ФЦ-Редут»

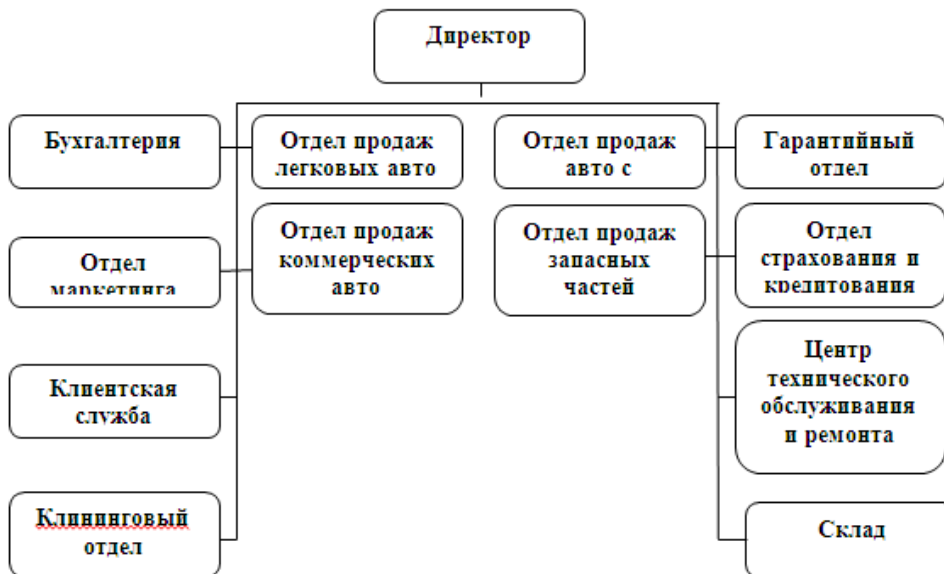


Рисунок 2.2 - Структура предприятия по подразделениям ООО «ФЦ-Редут»

Организационная структура управления на предприятии строится по принципу подчинения нижестоящего органа вышестоящему.

Данная организационная структура является линейно-функциональной: во главе каждого подразделения стоит руководитель-единоначальник, осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками и сосредоточивающий в своих руках все функции управления. Эта структура базируется на вертикальном разделении управленческого труда и приводит к управлению по уровням. Ныне существующая структура управления в ООО представлена на рис.2.2.3

Сущность комбинаций линейных и функциональных связей в организации данного типа состоит в том, что по линии общего руководства каждый работник подчиняется только одному руководителю. Функциональным руководителям предоставлено право непосредственного решения вопросов, отнесенных исключительно к их компетенции. В связи с этим при такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив.

Преимуществами линейно-функциональной организационной структуры ООО «ФЦ-Редут» является:

.....

Недостатками:

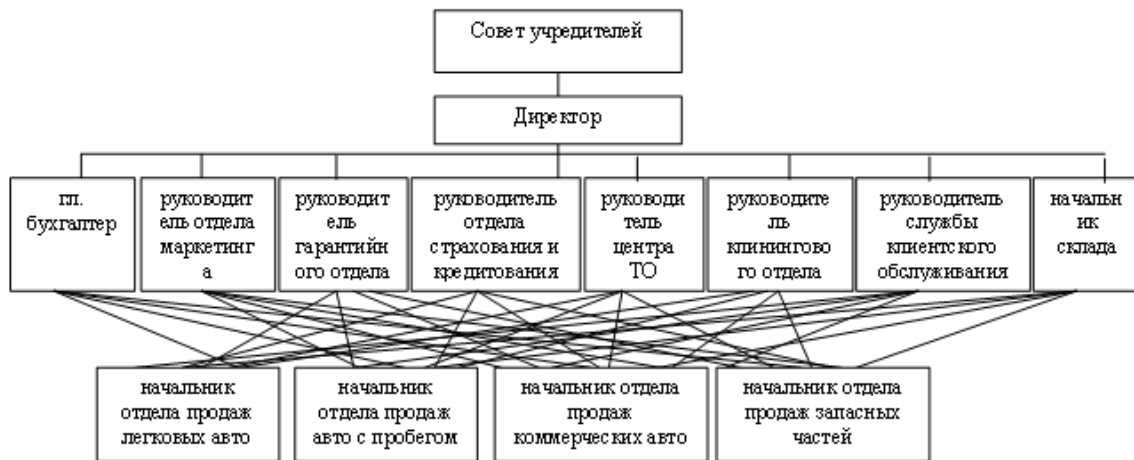


Рисунок 2.3 - Структура управления ООО «ФЦ-Редут»

Как видно из структуры предприятия, возглавляет его директор, который назначается Собранием учредителей. Директор руководит хозяйственной и финансово-экономической деятельностью Общества в пределах полномочий, предоставленных ему нормативно-правовыми актами РФ, Уставом, внутренними нормативными документами, трудовым договором, неся всю полноту ответственности за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества Общества, а также финансово-хозяйственные результаты его деятельности. Состав персонала в соответствии со структурными подразделениями предприятия представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Штатное расписание ООО «ФЦ-Редут»

Подразделение	Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория) квалификации	201 <u>н</u>	...	2021
Управление	Всего в подразделение в том числе	5		5
	Директор	1		1
	Технический директор	1		1
	Секретарь	1		1
Гарантийный отдел	Всего в подразделение в том числе	1		1
	.....	.....		
	Итого	78		82

Изменение в штатное расписание вносится в случае ввода новых штатных единиц, изменений размера оплаты труда (оклада) или существенных условий труда (систем и размеров оплаты труда, разрядов и названий должностей и т. п.). При условии соблюдения указанных требований количество и периодичность изменений штатного расписания в течение года не ограничивается.

.....

.....

Управлению деятельностью ООО «ФЦ-Редут» осуществляют менеджеры различных уровней управления (таб. 2.3)

Таблица 2.3 – Уровни управления ООО «ФЦ-Редут», 201 г.

№	Уровень управления	Должности	Количество, чел.	Уд.вес <sup>1</sup> %
	Менеджеры высшего звена	Директор (1 чел.), технический директор (1 чел.)	2	2,44
	Менеджеры среднего звена	.....	.	..
	Менеджеры низшего звена	.....	.	...
		Итого	18	21,95

По данным таблицы 3.2 видно, что 22% от общей численности составляют менеджеры, из которых наименьший удельный вес имеют менеджеры высшего звена - 2,44%.

.....

.....

.....

.....

#### 4. Анализ функций управления

<sup>1</sup>От общей численности персонала

Согласно таблицы 2.3 общая численность управленцев составила 18 человек, рассмотрим более подробно их функции таблица 2.4

Таблица 2.4 – Анализ функций управления ООО «ФЦ-Редут», 201 г.

Должность	Общие функции				
	Планирование	Организация	Мотивация	Регулирование	Контроль
1. Директор (менеджер высшего звена)	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции
2. Технический директор (....)	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции
3. ....	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции	Конкретные функции

## 5. Анализ внутренней и внешней среды

Любая организация находится и функционирует в среде. Каждое действие всех без исключения организаций возможно только в том случае, если среда допускает его осуществление. Среда любой организации принято рассматривать, как состоящую из трех сфер: общей (или макроокружения), рабочей (или непосредственного окружения) и внутренней. Она включает в себе тот потенциал, который дает возможность организации функционировать, а, следовательно, существовать и выживать в определенном промежутке времени. Но внутренняя среда может также быть и источником проблем и даже гибели организации в том случае, если она не обеспечивает необходимого функционирования организации [5,11].

Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Но ресурсы внешней среды не безграничны. И на них претендуют многие другие организации, находящиеся в этой же среде.

Поэтому всегда существует возможность того, что организация не сможет получить нужные ресурсы из внешней среды. Это может ослабить ее потенциал и привести ко многим негативным для организации последствиям. Задача стратегического управления состоит в обеспечении такого взаимодействия организации со средой, которое позволяло бы ей поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения ее целей, и тем самым давало бы ей возможность выживать в долгосрочной перспективе.

Для того чтобы определить стратегию поведения организации и провести эту стратегию в жизнь, руководство должно иметь углубленное представление как о внутренней среде организации, ее потенциале и тенденциях развития, так и о внешней среде, тенденциях ее развития и месте, занимаемом в ней организацией.

Анализ среды является одним из процессов стратегического управления. Эти процессы логически вытекают (или следуют) один из другого. Существует устойчивая обратная связь и соответственно обратное влияние каждого процесса на остальные и на всю их совокупность. Однако анализ среды обычно считают исходным, так как он обеспечивает как базу для определения миссии и целей фирмы, так и для выработки стратегии поведения, позволяющей фирме осуществить свою миссию и достичь своих целей.

Одной из ключевых ролей любого управления является поддержание баланса во взаимодействии организации со средой. Каждая организация вовлечена в три процесса:

- получение ресурсов из внешней среды (вход);
- превращение ресурсов в продукт (преобразование);
- передача продукта во внешнюю среду (выход).

Анализ среды предполагает изучение всех ее составляющих.

С помощью СТЭП - анализа исследуем внешнюю среду ООО «ФЦ-Редут».

Любая организация находится и функционирует в среде. Каждое действие всех без исключения организаций возможно только в том случае, если среда допускает его осуществление.

Анализ макроокружения [24,25]

Макроокружение создает общие условия нахождения организации во внешней среде. На ООО «ФЦ-Редут» влияние макроокружения велико, рассмотрим для начала факторы косвенного воздействия:

Социальные факторы.

.....  
.....

Технологические факторы.

.....  
.....

Экономические факторы.

.....  
.....

Политические факторы.

.....  
.....

Обобщим результаты СТЭП – анализа в общей таблице 2.2.5

Таблица 2.5 – Анализ факторов макроокружения косвенного воздействия ООО «ФЦ-Редут

№ п/п	Наименование фактора	Положительное влияние	Негативное влияние
1	Политические факторы: - <i>вступление в силу нового закона об образовании</i> -..... - ...		
2	Социальные факторы: - <i>увеличение рождаемости</i> -..... - ...		
3	Экономические факторы: - <i>рост курса валюты</i> -..... - ...		
4	Технологические факторы: - <i>увеличение объема инвестиций в наукоемкие отрасли</i> -..... - ...		

Порезультатом СТЭП – анализа, хотелось бы отметить, что наибольшее положительное влияния на развитие и функционирование предприятия окажут, такие факторы, как .....

.....

Следующим этапом является анализ факторов прямого воздействия.

Поставщики



ОО «ФЦ-Редут» дилер марки Ford (рисунок 2.4).



Рисунок 2.4 – Логотип Ford

.....  
.....

Ключевые поставщики представлены в таблице 2.6

Таблица 2.6 – Ключевые поставщики ООО «ФЦ-Редут», 201\_\_ г.

№ п/п	Наименование поставщика	Характеристика товаров
1	ООО «Машин К <sup>о</sup> »	Автомасла и автохимия
...	.....	.....
n	.....	.....

.....  
.....

#### Покупатели

Анализ покупателей, как одной из составляющих непосредственного окружения организации в первую очередь имеет своей задачей составления профиля тех, кто покупает продукт, реализуемый организацией (таблица 2.2.7). Изучение покупателей позволяет организации: лучше уяснить то, на какой сервис нужно ориентироваться организации, на какой объем продаж может рассчитывать организация, в какой мере покупатели привержены к данной организацией, насколько можно расширить круг потенциальных покупателей, и многое другое.

Таблица 2.7– Профиль потребителя ООО «ФЦ-Редут», 201\_\_ г.

	Критерии	Характеристика
1	Пол	
2	.....	.....
3	.....	.....
4	.....	.....
...	.....	.....

п	.....	.....
---	-------	-------

.....  
 .....

### Конкуренты

Прямым конкурентом является лишь первый дилерский центр Форд Центр Абакан, анализ конкурент представлен в таблице 2.8 (произведен по пятибалльной шкале).....

.....

Таблица 2.8– Анализ конкурентов ООО «ФЦ-Редут», 201\_\_ г.

№ п/п	Критерий оценки	Организации				
		ООО «ФЦ-Редут»	Форд Центр Абакан	Конкурент 2*	Конкурент 3*	Конкурент 4*
1	Ассортимент	5	4	3	5	2
2	.....	...	...	...	...	...
...	.....	...	...	...	...	...
п		...	...	...	...	...
	Итого	Σ	Σ	Σ	Σ	Σ

Анализ конкурентов позволило определить, что данное предприятие занимает \_\_\_ место, имеет следующие недостатки

### 6. Вывод

В данной работе мною была проанализирована деятельность ООО «ФЦ-Редут». Общая численность персонала.....

.....

По результатам анализа факторов внешней среды были выявлены следующие угрозы:

- санкции на ввозимые запчасти;
- рост числа конкурентов;

.....

Несмотря на описанные угрозы, внешняя представляет такие возможности как

- .....
- .....
- .....

Анализ внутренней среды, позволил выявить, слабые и сильные стороны организации. А именно, к слабым сторонам можно отнести:

- отсутствие маркетинговых мероприятий;
- низкий уровень квалификации персонала;
- .....
- .....

К сильным сторонам:

- стабильное финансовое положение;
- .....
- .....

Учитывая все вышеописанное, считаю целесообразным предложить такие мероприятия, как....., данные мероприятия считаю актуальными, поскольку они позволят снизить риск от негативного воздействия внешней среды и .....

### **ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЩИТЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

1. Поясните методику проведения SWOT-анализа.
2. Перечислите современные методы стратегического управления.
3. Раскройте смысл стратегического управления, как базиса развития организации.
4. Какое из решений кейса вам далось наиболее тяжело и с чем это связано.
5. Почему методика называется СТЭП-анализ.
6. Чем вы руководствовались при разработке рекомендаций для ООО «ФЦ-Редут»