Министерство образования и науки РФ

Федеральное агентство по образованию

Уральский государственный экономический университет

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

к курсовой работе по дисциплине «Стратегический менеджмент»

для студентов очной, заочной и очно-заочной форм обучения

Екатеринбург

2008

Составитель: к.э.н., ст.преподователь кафедры «Менеджмента» Е.С. Огородникова

Методические указания к курсовой работе по дисциплине «Стратегический менеджмент» для студентов очной, заочной и очно-заочной форм обучения/ УрГЭУ Сост. Е.С.Огородникова - Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2008.

Данные методические указания предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине "Стратегический менеджмент" студентами специальности "Менеджмент организации" очной, заочной и очно-заочной форм обучения. В дальнейшем материалы практической части могут быть использованы в дипломных проектах при исследовании конкурентной ситуации в отрасли и разработке стратегии предприятия.

|  |  |
| --- | --- |
| © | УрГЭУ  2008 |

1. ЦЕЛЬ И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

**Целью** курсовой работы является закрепление знаний полученных при изучении дисциплины «Стратегический менеджмент», а также проведение сравнительного анализа теоретических основ и практики поведения рыночных субъектов в условиях конкуренции и формирования стратегии предприятия с точки зрения того, что каждый из них стремится максимально использовать собственные конкурентные преимущества.

## Объем и содержание курсовой работы

Курсовая работа, в целом, представляет собой исследование теории и практики по выбранной теме. В качестве тем для курсовой работы предлагается формирование стратегии предприятия на основе изучения влияния различных факторов на рыночное поведение предприятия.

Теоретическая часть исследования выполняется на основе анализа литературных источников, аналитическая часть – по рынку определенному в перечне тем курсовых работ, практическая часть (формулирование стратегии) выполняется по предприятию – одному из основных участников рынка. Необходимо отметить, что заявленная стратегия должна соответствовать аналитическим выводам сделанным во второй части работы, а прописанные функциональные стратегии должны быть согласованы между собой.

Структура курсовой работы должна включать следующие разделы:

Введение

1. Теоретическая часть
2. Анализ рынка
3. Формулирование общей стратегии предприятия и ее функциональных составляющих

Заключение

Список использованных источников

Общий объем работы должен составлять 35-40 страниц, с соблюдением требований к оформлению, предъявляемых к оформлению курсовых и дипломных работ.

Так как дисциплина «Стратегический менеджмент» рассматривает поведение рыночных субъектов с позиций того, что каждый из них стремится к максимальной рыночной власти (к получению конкурентных преимуществ), то во **введении** необходимо обосновать актуальность темы с точки зрения того, какое влияние на рыночную власть (на наличие конкурентных преимуществ) оказывает исследуемое явление.

В **теоретической части** кратко излагаются:

* Теоретические вопросы разработки стратегии предприятия с точки зрения нескольких авторов;
* Методы анализа рынков

Мнения авторов по принципиальным положениям темы работы должны быть изложены с указанием ссылок на используемые литературные источники.

Содержание и структура **аналитической части** зависит от предложенного объекта исследования. При ее выполнении рекомендуется придерживаться следующего плана:

1. Характеристика товара, изучению рынка которого будет посвящена работа: выделение основных номенклатурных групп, матрица БКГ по продукту, определение стадии жизненного цикла товара, товары заменители.
2. Расчет емкости рынка г.Екатеринбурга, темпов роста рынка, уровня прибыльности, сегментация потребителей товара (географическая, демографическая и т.д.), определение факторов, определяющих приверженность покупателей к товарам различных предприятий, выявление новых сегментов или сегментов с неудовлетворенными потребностями
3. Описание рынка на примере г.Екатеринбурга:

* составление перечня основных участников рынка, определение их доли
* оценка уровня концентрации в отрасли и факторов, ее обусловивших, выявление лидеров в отрасли
* определение стадии жизненного цикла отрасли
* анализ основных барьеров вхождения на рынок

1. Сравнительный конкурентный анализ не менее трех участников рынка, выявление их конкурентных преимуществ

**Третья часть** работы содержит формулирование общей стратегии предприятия и ее функциональных составляющих

Общая стратегия должна соответствовать аналитическим выводам, изложенным в аналитической части работы, в рамках общей стратегии студент предлагает основные мероприятия по следующей схеме:

Продуктовая стратегия

Маркетинговая стратегия

Производственная стратегия

Кадровая стратегия

Финансовая стратегия

В **заключении** курсовой работы необходимо подвести краткие итоги в виде сравнения теории и практики по теме исследования, сделав выводы по результатам анализа рынка и привести основные положения разработанной стратегии.

**Выполнение указанных выше пунктов в полном объеме является основанием для допуска к защите работы.**

**Защита курсовой работы**. Защита курсовой работы предполагает изложение студентом основных положений по теме исследования и ответы на вопросы преподавателя.

# 2. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

|  |  |
| --- | --- |
| № п/п | Тема курсовой работы |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке общественного питания г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке косметологических услуг г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке аренды коммерческой недвижимости г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке аудиторских услуг г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке управленческого консалтинга г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке строительства жилой недвижимости г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке продажи легковых автомобилей г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке сотовой связи г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке страхования г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке клининговых услуг г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке провайдерских услуг г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке оптовой торговли соками и сокосодержащими напитками г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке оптовой торговли кондитерскими изделиями г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке оптовой торговли алкогольной продукцией г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке розничных торговых сетей г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке охранных услуг г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке производства хлебобулочных изделий г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке оптовой торговли электроизделиями г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке услуг по отделке помещений г. Екатеринбурга |
|  | Разработка конкурентной стратегии на рынке оптовой торговли отделочными материалами г. Екатеринбурга |

СПИСОК ОСНОВНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдашева С.Г., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Пер. с англ. СПб.: Питер, 2004.
3. Кныш И.Н. Конкурентные стратегии. – СПб., 2000.
4. Котлер Ф. «Основы маркетинга», 2004.
5. Общесоюзный классификатор «Отрасли народного хозяйства» (ОКОНХ): утв. Госкомстат СССР, Госплан СССР, Госстандарта СССР 01.01.1976
6. Панкратов Г.Ф., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность. – М.: ИВЦ “Маркетинг”, 2001.
7. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: сокр. пер. с англ. - М.: Экономика, 1992.
8. Портер М. Конкурентная стратегия 2006
9. Стратегический менеджмент: Учебное пособие/О. Н. Дунаев, Е. Ю. Кузнецова, Екатеринбург: изд. ИПК УГТУ, 2000.
10. Томпсон А.А, мл. Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов. Пер.с 9-го англ.изд.-М.: ИНФРА-М, 2005.
11. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. 3-е изд. М.: ЗАО «Бизнес – школа» «Интел – Синтез», 1999.
12. Юсупов А. А. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе инноваций. Автореферат, Казань, 2000.