

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»  
Autonomous noncommercial organization of higher education  
«INTERNATIONAL UNIVERSITY IN MOSCOW»**

**ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Современный стратегический анализ**  
*Методические указания к выполнению курсовой работы*

**Москва 2017**

Методические указания предназначены для магистров ИНО

Международного университета в Москве, обучающихся по направлению  
38.04.01 «Экономика»

Составители: доцент Тришкина Н.А.

Рекомендованы кафедрой экономики и управления

Протокол № 2 от 05. 09.2017

В состав методических указаний входят требования к содержанию и оформлению курсовой работы, приведен перечень рекомендуемых тем и их примерное содержание, указаны источники информации для написания работы, критерии оценки.

## Содержание

Введение.....	4
1. Выбор темы курсовой работы.....	5
2. Требования к содержанию курсовой работы.....	5
3. Методические рекомендации по выполнению разделов курсовой работы.....	10
4. Требования к оформлению курсовой работы.....	16
5. Критерии оценки курсовой работы .....	18
6. Пример оформления списка литературы.....	19
7. Предлагаемая тематика курсовых работ .....	21
8. Приложения	

## **Введение**

Нестабильность и резкая изменчивость внешней среды, неравномерность экономического развития, глобализация проблем, обострение конкурентной борьбы определяют широкое использование стратегического управления предприятий в разных сферах экономики.

Стратегический анализ в системе управления предприятием выполняет связующую функцию между получением информации и принятием управленческих решений и раскрывает вопросы оценки и возможности повышения эффективности управления стратегическими ресурсами предприятия в условиях нестабильного экономического развития, а также в целях повышения их экономического потенциала.

Стратегический анализ посвящен проблемам разработки и реализации стратегии организации, основанной на новых инструментах и методах.

Для углубления знаний и освоения практических навыков студентами, специализирующимися в области стратегического анализа, подготавливается курсовая работа. Система курсовых работ (проектов) позволяет закреплять теоретические знания студентов, формировать у них умение применять знания при решении прикладных задач, подготавливает к выполнению выпускных квалификационных работ и к самостоятельной работе по избранному направлению, способствует развитию творческих способностей.

Курсовая работа по дисциплине представляет собой самостоятельную учебно-исследовательскую работу студента, являясь важным элементом учебного процесса.

Курсовая работа должна показать глубину усвоения студентами теоретического курса «Современный стратегический анализ», умение применять различные методы в анализе основных проблем управления в рыночных условиях, позволяет проявить способность обобщать теоретические положения управления, разрабатывать, принимать и реализовывать управленческие решения.

## **1. Выбор темы курсовой работы**

Выбор темы курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем, ведущим курс лекций по стратегическому менеджменту. При выборе темы следует ориентироваться на перечень предложенных тем. Этот перечень является примерным, и студентом может быть предложена своя тема с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки, согласованная с преподавателем, читающим курс лекций по стратегическому менеджменту.

При выборе темы студент должен учитывать свои научные интересы и практические возможности использования информации организации, по материалам которой будет подготавливаться курсовая работа. Главное внимание при выборе темы должно быть направлено на совершенствование управления организацией путем внедрения методов стратегического менеджмента.

Во всех случаях тема курсовой работы должна быть актуальной, достаточно конкретной и иметь прикладное значение. Она должна соответствовать современному уровню стратегического менеджмента с учетом российской практики и основному профилю специализации студента.

В процессе разработки тема может быть уточнена или изменена по согласованию с ведущим преподавателем.

## **2. Требования к содержанию курсовой работы**

Курсовая работа по дисциплине «Современный стратегический анализ» призвана систематизировать знания и привить магистрантам практические навыки анализа, оценки и разработки стратегических решений в организации. В ходе ее выполнения и защиты студент должен подтвердить:

- знание основных теоретических положений дисциплины в рамках избранной темы;

- владение современными методами анализа и разрешения задач стратегического управления на уровне корпорации (отрасли);
- способность к формированию собственной позиции в проблемных вопросах управления и готовность к аргументированной ее защите;
- навыки логичного, последовательного и доказательного изложения результатов самостоятельно выполненных исследований в соответствии с требованиями, установленными к научно-исследовательским работам;
- умение доводить результаты выполненных исследований до практических рекомендаций в виде элементов стратегического плана.

Невыполнение любого из данных общих требований может служить основанием к отклонению представленной курсовой работы с последующей переработкой.

Выполнение курсовой работы предусматривает следующие последовательные этапы:

- выбор темы;
- подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме;
- углубленное изучение отобранной литературы и освоение аналитических и расчетных методик;
- проведение исследований с подготовкой конструктивных предложений в черновом варианте;
- корректировка (при необходимости) плана работы;
- написание текста с окончательным оформлением конструктивной части работы и приложений;
- подготовка к защите.

**Во введении** необходимо раскрыть актуальность избранной проблематики и доказать теоретическое и практическое значение разработки темы для объекта исследования. Здесь же обозначается предмет

исследования, формулируется общая цель исследования и перечисляются задачи, которые предстоит решить в работе для ее достижения.

В качестве *объекта исследования* принимается то предприятие (фирма, организация), на фактическом материале которого выполняется работа (например, промышленное предприятие). Как правило, это организация, в которой магистрант проходит ю практику (работает) или с которой он связан. Сбор материалов об объекте и их анализ должны продолжаться вплоть до окончательного оформления курсовой работы.

*Предметом исследования* является одна из сторон деятельности объекта исследования (например, инновационная), требующая разработки стратегического (т.е. определяющего перспективы развития организации) управленческого решения.

С учетом необходимости разработки в курсовой работе элементов стратегии организации в качестве предмета исследования можно избирать следующие направления и виды деятельности (перечень примерный):

- организационно-управленческая структура предприятия (корпорации);
- инновационная и инвестиционная деятельность предприятия;
- управление основным и оборотным капиталом организации на различных стадиях ее развития;
- продвижение продукции на этапах жизненного цикла предприятия;
- взаимодействие с поставщиками, посредниками и клиентами (потребителями);
- связи с дочерними и зависимыми организациями;
- комплекс маркетинга.

При выборе магистрантом поисковой тематики, предполагающей достаточно глубокую теоретическую проработку новых методик стратегического планирования и управления, предметом исследования в работе может быть научно-методический аппарат стратегического

менеджмента. В этом случае объект исследования, как правило, не конкретизируется и при доказательстве работоспособности созданных автором методик может замещаться виртуальным хозяйствующим субъектом.

Формулируя общую *цель исследования*, необходимо обеспечить ее соответствие сущностной функции стратегического менеджмента - определению направления развития организации. Соответственно перечень решаемых задач должен раскрывать логику и последовательность этапов достижения поставленной цели.

Объем введения не должен превышать 3-х страниц компьютерного набора.

*Основная часть* работы разбивается на разделы и параграфы, отражающие, методический, аналитический и конструктивный компоненты проводимого исследования. При этом все разделы и параграфы должны быть логически связаны между собой, а каждый из них - содержать вывод по рассмотренному вопросу.

*Методическая часть работы* представляет собой теоретическое обоснование действий по достижению цели, намеченной во введении и развернутой в аналитической компоненте до гипотезы исследования. Содержательно это методика (совокупность методик), позволяющая на экономико-математической модели провести количественный и качественный анализ существующей практики, осуществить прогноз действительности предполагаемых изменений и оценить экономическую (социальную) эффективность выдвигаемых рекомендаций.

*Аналитическая компонента* предполагает описание предметной области, детализацию объекта и предмета исследования и *доказательство* необходимости стратегических (т.е. определяющих возможности развития организации) изменений с выдвижением обоснованного предположения о путях их реализации.



*В конструктивной компоненте* на основе избранной методики разрабатываются практические рекомендации по совершенствованию предмета исследования (элементы стратегии) на предприятии (в организации). Действенность рекомендаций должна быть доказана путем расчета показателей эффективности по соответствующим управленческим решениям.

**Заключение** должно содержать краткие (не более 3-х страниц) выводы и основные результаты проведенного исследования. Здесь же отражается степень достижения цели, полнота решения поставленных во введении задач, возможность практической реализации выдвинутых рекомендаций и направления дальнейших исследований. В качестве выводов и рекомендаций допустимо излагать лишь то, что непосредственно вытекает из содержания курсовой работы.

**Список использованных источников** и литературы содержит наименование работ, источников, которые были непосредственно использованы автором при выполнении курсовой работой.

В работе необходимо использовать нормативно-правовую литературу с учетом последних изменений и дополнений, учебно-методическую литературу и периодические издания. При необходимости могут быть использованы данные Росстата: <http://www.gks.ru/>

Количество использованных источников и литературы в курсовой работе должно быть не менее 20.

**Приложения** могут содержать материалы, дополняющие основную часть работы и на которые имеются ссылки в ее тексте: промежуточные расчеты, инструкции и регламенты, копии документов, таблицы цифровых данных, иллюстрации вспомогательного характера и т.п.

Приложения не учитываются в заданный объем курсовой работы.

Количество приложений в курсовой работе не ограничено, но студенту необходимо исходить из принципа целесообразности их представления и обязательности ссылок на них. Приложения нумеруются.

### **3. Методические рекомендации по выполнению разделов курсовой работы**

*В первом разделе* курсовой работы на основе краткого литературного обзора магистрант избирает (формулирует) теоретические подходы к построению стратегии и разработке стратегического плана. При этом изложение теоретических положений и методик должно осуществляться исключительно для обоснования их применимости к соответствующему экономическому субъекту и детализации управленческих решений при разработке и реализации стратегического плана. Соответственно такими положениями могут быть:

- содержание, порядок разработки и реализации общефирменной стратегии определенного вида;
- процесс адаптации базовой конкурентной стратегии к конкретным рыночным условиям организации (деловой единицы), включая пути формирования конкурентных преимуществ;
- процедуры развертывания специфической функциональной стратегии в конкретный проект с определением перечня, последовательности, сроков и ресурсного обеспечения мероприятий по его выполнению;
- порядок разработки и реализации наиболее значимых составляющих стратегического плана (новый организационный план крупной корпорации, финансовый план инновационного развития компании, маркетинговый план освоения нового рынка и т.п.).

Современный стратегический менеджмент трактует стратегию как модель фирмы на заданную перспективу в ее качественных ориентирах и количественных заданиях, сформулированных при учете сил и слабостей во

внутренней среде, а также возможностей и угроз, возникающих во внешней среде.

Таким образом, основу формируемого подхода должна составлять экономико-математическая модель (совокупность моделей), позволяющая провести выбор базовой стратегии и количественное обоснование (доказательство действенности и оценка эффективности) предполагаемых изменений на объекте исследования, обеспечивающих реализацию сформулированного в первом разделе направления (направлений) развития организации.

Для определения вида базовой общефирменной и/или конкурентной стратегии и способа представления его в виде качественных ориентиров можно опираться на следующий примерный перечень моделей и методик:

- матрица возможностей по товарам/рынкам («продукция/рыночная определенность»), матрица Стейнера («продукт/рынок»), модель «рост/конкурентная позиция»;
- модели жизненного цикла бизнеса (товара);
- методики делового анализа PIMS;
- портфельные модели (матрица БКГ, матрица Мак-Кинси, матрица жизненного цикла;
- методики оценки конкурентоспособности и формирования ключевых факторов успеха.

Для отбора средств перевода качественных ориентиров в количественные задания и определения методов построения стратегического плана целесообразно рассматривать портфельные модели, а также:

- анализ динамики издержек в рамках «цепочки ценностей»];
- процедуры анализ разрыва;
- эконометрические методы построения сбалансированной системы показателей;

При построении в курсовой работе функциональной стратегии и /или детальной разработке отдельных элементов стратегического плана в разделе следует кратко изложить основные положения соответствующего специального инструментария (организация производственного и/или технологического процесса, методы комплекса маркетинга, методы управления инновационными процессами, инвестициями, финансовыми потоками, персоналом, пр.) и необходимые методики планирования.

Общий объем первого раздела - 12 ... 15 страниц компьютерного набора.

**Второй раздел** курсовой работы должен носить аналитический характер. Его предназначение - доказательство необходимости проводимого исследования и формулировка его гипотезы, как направления совершенствования соответствующей стороны деятельности предприятия (организации) или научно-методического аппарата. В работе прикладной направленности это, например, оценка соответствия продукции фирмы запросам рынка и выявление путей, могущих привести к повышению ее конкурентоспособности.

Для обоснованности доказательства необходимо:

- раскрыть функциональное предназначение, место и роль исследуемого процесса (подсистемы) в структуре и деятельности объекта исследования, конкретизировав тем самым предмет исследования;
- отразить взаимодействие (взаимосвязи) предмета исследования с подсистемами объекта исследования и внешней средой в виде вербальной либо формализованной модели, установив тем самым границы исследования;
- проанализировать влияние изучаемого процесса (подсистемы) на действенность объекта исследования, отразив его количественно на динамике основных показателей деятельности;
- по результатам анализа наметить возможные пути совершенствования и привести формулировку (в виде гипотезы исследования) конкретной практической задачи (задач), решение которой

(которых) обеспечит достижение цели (например, «изменения в продуктовом портфеле позволят увеличить долю рынка предприятия»).

Далее (во втором параграфе раздела) выявляют и оценивают влияние предмета исследования (стороны деятельности, подлежащей совершенствованию) на результативность финансово-хозяйственной (производственной) деятельности предприятия (соответствующего подразделения), анализируя ее в динамике внутренней и внешней среды.

Анализ состояния и тенденций внутренней среды возможен по следующим подсистемам:

- производство;
- маркетинг;
- финансы;
- персонал и управление им;
- организационная структура и эффективность менеджмента.

Главное место в данном перечне должно быть отведено подсистеме, имеющей ведущую роль в виде деятельности, составляющем предмет исследования.

Влияние внешней среды и современную рыночную ситуацию оценивают по общим социально-экономическим условиям, факторам спроса и предложения, а также форме и уровню конкуренции в сфере деятельности объекта исследования. Необходимо отразить взаимодействие объекта исследования с контрагентами (партнерами) и отношения с конкурентами с учетом специфики исследуемого вида деятельности.

В третьем параграфе сущность предстоящих изменений необходимо классифицировать с позиций теории стратегического менеджмента (общефирменная стратегия, конкурентная стратегия организации или ее деловой единицы, отдельная функциональная стратегия), а также выдвинуть возможные (может быть альтернативные) направления совершенствования предмета исследования, которые могли бы привести к устойчивому развитию предприятия (организации).

Объем второго раздела может составлять 12...15 страниц текста компьютерного набора.

*В третьем разделе* на основе избранных (созданных) методик магистрант, используя результаты анализа, выполненного в первом разделе, раскрывает содержание стратегии и обосновывает предложения по ее реализации на объекте исследования.

*В первом параграфе* третьего раздела необходимо представить качественные ориентиры и стратегию бизнеса. Здесь же отражаются необходимые организационные изменения (для нового бизнеса – организационная концепция), обеспечивающие ее осуществление.

Для раскрытия содержания стратегии, можно воспользоваться рекомендациями табл. 1

Таблица 1

### Отражение содержания разрабатываемой стратегии

Идентификация типа стратегии		
Общешфирменная (корпоративная)	Конкурентная (деловой единицы)	Функциональная
Формулировка качественных ориентиров (перевод видения в миссию и вербальная формулировка конечных целей)		
Выбор средств достижения качественных ориентиров (анализ стратегических альтернатив и определение вида базовой стратегии)		
Обоснование реализуемости избранной базовой стратегии (оценка возможностей развития предприятия /деловой единицы, функционального подразделения)		
Определение вида базовой стратегии		
Предпринимательство Динамичный рост Прибыльность (рациональность) Ликвидация (сокращение инвестиций по определенным направлениям)	Преимущество в издержках Дифференциация Фокусирование	Стратегия НИОКР Производственная Маркетинговая Финансовая Другие

Резкое изменение курса		
Изложение основных шагов и методов реализации избранного варианта		

Отражая стратегию бизнеса (правила взаимоотношений с внешней средой) необходимо привести следующие сведения:

- аргументы в пользу выбора рыночного сегмента, на который «нацелен» бизнес (характеристика перспектив, природа и темпы роста, степень освоенности конкурентами, др.);
- перспективы бизнеса с оценкой доли рынка, которую предполагает и способно занять предприятие (деловая единица);
- планируемые действия (совокупность производственных и маркетинговых мероприятий), обеспечивающие проникновение на рынок (расширение рынка) с учетом возможной реакции конкурентов и других субъектов рынка;
- суть конкурентных преимуществ, возникающих вследствие реализации планируемых действий.

*Во втором параграфе* конструктивного раздела курсовой работы некоторые предложения доводятся до плановых документов, комплекса мероприятий (последовательности действий) по реализации сформулированной стратегии (*основные оперативные приемы*). Такими предложениями могут быть: действия по формированию организационной структуры, дерево целей и процедуры управления корпорацией (предприятием); разделы стратегического бизнес-плана; состав делового, инвестиционного или продуктового портфеля; оценка инвестиционной

привлекательности (экономической эффективности) проекта; технология разработки нового продукта; порядок продвижения товара (услуги) на планируемый к освоению сегмент рынка; бюджет маркетинга и т.п. В отношении предлагаемого комплекса мероприятий необходимо произвести расчет сметы расходов на его проведение и осуществить прогноз финансового результата (экономического или социального эффекта).

При определении сметы расходов расчет производственной себестоимости должен соответствовать Положению о составе затрат на производство и реализацию продукции, утвержденному Правительством РФ.

Финансовый результат (экономический или социальный эффект) следует прогнозировать с учетом требований налогового законодательства, правил бухгалтерского учета и методических рекомендаций, имеющих обязательный характер (правила ЦБ, требования государственных органов в отношении природоохранных мероприятий, безопасности, пр.).

*В третьем параграфе* конструктивного раздела действенность предложенных мероприятий и приемлемость стратегии в целом должны быть подтверждены путем расчета прогнозных значений показателей эффективности и сопоставления их с критериальными, сформированными во втором разделе при построении методики оценки эффективности стратегии.

Таковыми могут быть прогнозируемые: доход, прибыль, рентабельность, доходность, доля рынка, экономия в издержках и т.п. Если рекомендации не дают прямого экономического эффекта, то их необходимо подтвердить проявлением организационного эффекта (надежность функционирования или коммуникативность системы управления, численность работающих, информированность потребителя и т.п.).

Изложение материала в работе должно быть последовательным и логичным. Все разделы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует уделить формулировке выводов, следующих из рассмотрения вопроса, которому посвящен параграф, и обоснованию перехода к следующему.



#### 4. Требования к оформлению курсовой работы

На первой странице оформляется титульный лист.

Оглавление – вторая страница работы.

Начинают проставляться номера нужно только с третьей страницы, т.е. с введения.

- Исходя из рекомендуемой структуры объем текста курсовой работы должен быть 40 - 45 страниц печатного текста.
- Титульный лист курсовой работы оформляется строго в соответствии с требованиями, *Приложение 1*.
- Текстовый материал курсовой работы должен быть подготовлен на компьютере. Допускается рукописный текст с соблюдением всех обязательных правил оформления.
- Текст печатается на одной стороне листа писчей бумаги формата А4 (210x297 мм).
- Курсовая работа печатается шрифтом Times New Roman, размер – 14. Данные таблиц могут печататься 12 шрифтом.
- Абзацный отступ должен быть равен 6-8 знакам.
- Межстрочный интервал – полуторный.
- Поля вокруг текста должны иметь следующие размеры: левое – 20 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 15 мм.
- Выравнивание текста – **по ширине**
- Заголовки отделяются от текста снизу интервалом и пишутся **в центре** страницы.
- Точка после заголовка не ставится.
- После названия таблиц и рисунков точка не ставится
- Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа, однако номер на титульном листе не указывается. Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в нижнем правом углу страницы.

- Каждая новая глава начинается с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку используемых источников, приложениям.

- В тексте не должны применяться сокращения слов, за исключением общепринятых. В случае использования цитат или цифровых данных, заимствованных из литературы, обязательно должна приводиться ссылка на источник внизу соответствующей страницы или в конце цитаты ставится номер источника (в квадратных скобках) согласно списку используемой литературы.

- Таблицы и рисунки, кроме нумерации должны иметь названия. Номер и названия таблицы даются над ней, номер и название рисунка – под ним.

- Все показатели должны иметь единицы измерения.

- На последней странице текста студент ставит свою подпись и дату.

Ссылки по тексту на источники обозначаются числом внизу страницы (сноски). Рекомендуется указывать не только источник, но и страницу этого источника и страницу этого источника.

## **5. Критерии оценки курсовой работы**

ОЦЕНКА "ОТЛИЧНО" ставится за:

- всестороннюю и глубокую разработку темы;
- самостоятельность и творческий подход в раскрытии проблемных вопросов;
- правильную и лаконичную обработку большого объема эмпирического материала;
- умело сформулированные выводы и предложения;
- при отсутствии существенных недостатков в стиле изложения и оформлении.

ОЦЕНКА "ХОРОШО" ставится при нарушении хотя бы одного из какого-либо существенного требования к курсовой работе:

- ошибочные расчеты;
- неверные выводы;
- неумение объяснить методику анализа или отдельные формулы и т.д.

Допущенные нарушения не могут быть компенсированы чем-то другим, например, обширностью материала, представительностью проанализированной фактической информации и т.п.

ОЦЕНКУ "УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" получает студент, сумевший в основном правильно раскрыть тему курсовой при добросовестной проработке только основной учебной литературы и на основе минимального фактического материала.

Также на "удовлетворительно" оценивается работа со множеством различного рода ошибок, не носящих принципиального характера.

Работы, признанные НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫМИ (принципиальные ошибки, нераскрытая тема, плагиат), возвращаются НА ДОРАБОТКУ.

Несвоевременная, без уважительных причин, сдача курсовой работы на кафедру приравнивается к НЕЯВКЕ НА ЭКЗАМЕН, т.е. студент получает неудовлетворительную оценку.

### **6. Пример оформления списка литературы**

1. Аристер Н. И. , Говорин А. А. ,Казиахмедов Г. М. , Эриашвили Н. Д. Экономико-правовой анализ рынка ценных бумаг в России : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. - М.: Юнити-Дана, 2016.- 247 с.
2. Асаул А. Н. , Биба В. В. , Буняк В. Л. , Скрыльник А. С. ,Фалтинский Р. А. Инвестиционный анализ: учебное пособие. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2014. 288 с.
3. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ – М.: Инфра-М, 2013. – 256 с

4. Бережная Е.В., Бережная О.В., Косьмина О.И. Диагностика финансово-экономического состояния организации: учебное пособие. – М., 2014. – 304 с.
5. Грант Н.М. Современный стратегический анализ / Пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. – СПб.: Питер, 2016. – 560 с.
7. Казакова Н.А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для магистратуры. М.: Юрайт, 2016. - 500 с.
8. Косолапова М. В. , Свободин В. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник. М.: Дашков и Ко, 2012. – 247с.
9. Любушин Н. П. Экономический анализ: учебник для ВУЗов.М.: Юнити-Дана, 2015. -576 с.
10. Мезенцева О. В. , Мезенцева А. В. Экономический анализ в коммерческой деятельности: учебное пособие. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. -233с.
10. Портер Майкл. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервина. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2017. – 452 с.
11. Сухова Л. Ф. Практикум по анализу финансового состояния и оценке кредитоспособности банка-заемщика. М.: Финансы и статистика, 2014. -151с.
12. Толпегина О.А., Толпегина Н.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум. – М., Юрайт. 2016. – 672 с.

#### **Интернет-ресурсы:**

5. Consultant.ru – информационно-правовой портал «Консультант».
6. Garant.ru - информационно-правовой портал «Гарант».
7. Minfin.ru – официальный сайт министерства финансов РФ.
8. <https://www.profiz.ru> – справочник экономиста.
9. <https://www.klerk.ru> – информационно-правовой сайт для руководителей, бухгалтеров, экономистов, юристов и прочих специалистов.

## 7. Предлагаемая тематика курсовых работ

1. Стратегическое планирование на предприятии.
2. Анализ выбора стратегии как один из ключевых факторов в стратегическом развитии.
3. Стратегический анализ диверсифицированной компании.
4. Методы портфельного анализа предприятия.
5. Оценка и контроль хода реализации стратегии.
6. Анализ внешней среды как исходный пункт разработки стратегии.
7. SWOT-анализ: методика построения, применение.
8. Роль стратегического анализа в современном управлении.
9. Стратегический анализ потенциала организации.
10. Анализ внешней и внутренней среды организации.
11. Процесс стратегического анализа и планирования в организации.
12. Инструменты стратегического анализа и оценки организации.
13. Анализ факторов макро- и микросреды: отражение их в стратегическом плане предприятия
14. Анализ влияния стратегического управления на перспективы долгосрочного развития предприятия.
15. Анализ повышения конкурентоспособности предприятия.
16. Роль анализа портфеля бизнесов в обеспечении конкурентоспособности организации.
17. Влияние жизненного цикла продукта на стратегическое развитие предприятия.
18. Стратегические изменения и их влияние на дальнейшее развитие предприятия.
19. Анализ влияния продуктовых стратегий предприятия на успех в конкурентной борьбе в условиях рыночной экономики.
20. Анализ факторов конкурентного преимущества по М. Портеру.
21. Анализ сильных и слабых сторон организации.

22. Матрица БКГ, ее преимущества и недостатки.
23. Стратегический анализ конкурентных сил Портера
24. Анализ стратегического потенциала предприятия
25. Инструменты стратегического анализа и оценки организации
26. Анализ среды в системе стратегического управления
27. PEST-анализ внешней среды организации
28. SWOT-анализ внешней и внутренней среды организации
29. Анализ жизненного цикла продуктов и организации
30. GAP-анализ в разработке стратегии организации
31. Конкурентный анализ в разработке стратегии организации
32. Анализ конкурентного преимущества экономического субъекта (фирмы, региона, страны)
33. Анализ факторов, формирующих стратегию.
34. Сравнительный анализ разных стратегий экономического субъекта.
35. Анализ конкурентных преимуществ.
36. Оценка стратегического потенциала организации.
37. Современный стратегический анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
38. Современные методы исследования внутренней среды компании.
39. Стратегический анализ развития производства.
40. Комплексная оценка бизнеса и перспектив развития предприятия.
41. Разработка финансовой стратегии предприятия.
42. Стратегия формирования и прогнозирования финансовых результатов.
43. Стратегический анализ финансового состояния коммерческих организаций.
44. Современный стратегический анализ деловой активности.
45. Современный стратегический анализ устойчивости финансово-хозяйственной деятельности

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»  
Autonomous noncommercial organization of higher education  
«INTERNATIONAL UNIVERSITY IN MOSCOW»**

**ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Кафедра экономики и управления

Форма обучения: заочная

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

По дисциплине « \_\_\_\_\_ »

На тему: « \_\_\_\_\_ »

Группа \_\_\_\_\_

Студент \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Преподаватель \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

МОСКВА 201\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Таблица 2.1

## Анализ основных экономических показателей организации

№	Показатели	2014 г.	2015г.	2016 г.	Абс. откл. (+,-)		Темп роста,%	
					2015 от 2014 г.	2016 от 2015г.	2015 к 2014 г.	2016к 2015г.
1	Выручка тыс. руб.							
2	Полная себестоимость, тыс. руб.							
3	Прибыль от продаж, тыс. руб.							
4	Прибыль чистая, тыс. руб.							
5	Затраты на 1 руб. выручки, руб.							
6	Рентабельность продаж, %							
7	Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.							
8	Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.							
9	Среднесписочная численность, чел.							
10	Фонд оплаты труда, тыс. руб.							
11	Среднемесячная заработная плата,							
12	Производительность труда, руб./чел.							
13	Экономическая рентабельность, %							
14	Фондоотдача, руб.							
15	Коэф. оборачиваемости оборотных активов, обороты.							
16	Коэффициент текущей ликвидности							
17	Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами							
18	Коэффициент автономии							



