



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО МОРСКОГО И РЕЧНОГО
ТРАНСПОРТА**
ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»
Воронежский филиал
Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота
имени адмирала С.О. Макарова»
(Воронежский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О.
Макарова»)

Кафедра экономики и менеджмента

Методы и модели стратегического анализа
транспортной отрасли
методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся
очной, очно-заочной, заочной форм обучения
по направлению подготовки бакалавриата
38.03.01. Экономика
38.03.02 Менеджмент

Воронеж 2023

Составитель: к.э.н., доцент Будкова С.В.

Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли: методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся очной, очно-заочной, заочной форм обучения по направлению подготовки бакалавриата 38.03.01. Экономика, 38.03.02 Менеджмент / сост. Будкова С.В.– Воронеж: Воронежский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова, 2023. – 24 с.

Методические рекомендации для самостоятельной работы составлены в соответствии с программой учебного курса «Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли», изучаемого в Воронежском филиале ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова.

Рекомендации предназначены для организации работы на семинарских занятиях по курсу «Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли», а также для самостоятельной внеаудиторной работы студентов.

Методические рекомендации утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента Воронежского филиала ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова» 30 июня 2023г., протокол № 10

Содержание

Введение.....	4
1. Содержание разделов учебной дисциплины	5
2. Методические указания по изучению дисциплины.....	8
2.1. Методические рекомендации по подготовке к лекциям.....	8
2.2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям	13
3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	15
3.1 Общие методические рекомендации по самостоятельной работе.....	15
3.2. Методические рекомендации по написанию доклада	16
3.3. Методические рекомендации по написанию реферата	18
3.4. Методические рекомендации по подготовке к устному опросу	19
4. Перечень основной, дополнительной учебной литературы и учебно-методической литературы для самостоятельной работы обучающихся, необходимой для освоения дисциплины.....	21
5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	21
6. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения	22

Введение

Для успешного освоения учебной дисциплины обучающимся необходимо изучить лекционный материал и рекомендуемую литературу, отработать изученный материал на практических занятиях, выполнить задания для самостоятельной работы. Практические занятия проводятся с целью закрепления лекционного материала, овладения понятийным аппаратом предмета, методами работы, изучаемыми в рамках учебной дисциплины.

Все формы практических занятий (семинары – практикумы, практические) направлены на практическое усвоение теоретических знаний, полученных на лекциях. Главной целью такого рода занятий является: научить студентов применению теоретических знаний на практике. С этой целью на занятиях моделируются фрагменты их будущей деятельности в виде учебных ситуационных задач, при решении которых студенты отрабатывают различные действия по применению соответствующих психологических знаний.

На практическом занятии обсуждаются теоретические положения изучаемого материала, уточняются позиции авторов научных концепций, ведется работа по осознанию обучающимися категориального аппарата психологической науки, определяется и формулируется отношение учащихся к теоретическим проблемам науки, оформляется собственная позиция будущего специалиста.

Самостоятельная работа студента – это планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа в современном образовательном процессе рассматривается как форма организации обучения, которая способна обеспечивать самостоятельный поиск необходимой информации, творческое восприятие и осмысление учебного материала в ходе аудиторных занятий, разнообразные формы познавательной деятельности студентов на занятиях и во внеаудиторное время, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени, выработку умений и навыков рациональной организации учебного труда. Таким образом, самостоятельная работа – форма организации образовательного процесса, стимулирующая активность, самостоятельность, познавательный интерес студентов.

Самостоятельная работа обучающихся является важным видом учебной и научной деятельности студента.

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм внеаудиторной работы при реализации учебных планов и программ.

Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления ученика, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Студенту предоставляется возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

**1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли»**

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины
1	Стратегический анализ и его роль в информационной системе организации.	<p>Методы управления: финансовое планирование, перспективное планирование, стратегическое планирование, стратегический рыночный менеджмент. Понятие и структура стратегии, цели стратегии. Стратегическое мышление. Формальный процесс стратегического управления. Адаптивный подход к принятию стратегических решений. Предпосылки возникновения стратегического анализа. История возникновения и развития стратегического анализа. Основатели проблемного подхода в стратегическом анализе: Ансофф, Бостонская Консультационная группа, М.Портер. Творческое стратегическое мышление. Основатели творческого подхода к стратегическому анализу: Кеничи Омэй, Хэмел и Прахалад, Фаррэлл. Возникновение научной теории стратегического анализа. Трудности внедрения технологий стратегического анализа на российском рынке.</p>
2	Этапы стратегического анализа	<p>Виды анализа по функциям управления и по содержанию процесса управления. Оперативный анализ. Текущий (ретроспективный) анализ. Перспективный (стратегический) анализ. Обоснование стратегических планов. Оценка ожидаемого их выполнения. Предоставление информации для принятия стратегических управленческих решений. Частный, тематический, комплексный стратегический анализ. Экономико-математическое моделирование. Этапы процесса моделирования. Ограничения стратегического анализа.</p>
3	Направления и объекты стратегического анализа	<p>Макросреды: демографических, экономических, природных, технических, политических и культурных факторов. Учет влияния факторов макросреды в процессе стратегического анализа. Внутренняя и внешняя микросреда: факторы и субъекты микросреды. Спрос как основной объект постоянного наблюдения, детального изучения и воздействия. Сегментация как необходимый принцип большинства методов стратегического анализа. Анализ конкуренции как составляющая часть анализа внешней микросреды компании. Конкурентная борьба, конкурентные преимущества. Потребительские товары и услуги, промышленные товары. Усиление стратегической роли цены в процессе изменения экономической и конкурентной среды. Функции сбыта, потоки товародвижения. Наиболее распространенные формы коммуникаций. Внутренняя микросреда: факторы и субъекты внутренней микросреды. Подразделения</p>

		фирмы, являющиеся субъектами внутренней микросреды. Исследование внутренней среды компании: производство, маркетинг, распределение и сбыт, снабжение, финансы, оргструктура.
4	Методы маркетинговых исследований	Метод кабинетных исследований. Метод полевых исследований. Вторичная информация: внутренняя и внешняя. основными виды качественных исследований: глубинное интервью с потребителями, фокус-группы с потребителями, экспертное интервью с экспертами, продавцами.
5	Анализ внутренней среды	Потенциал компании, ценностная цепочка, ABC и GAP-анализ. CVP-анализ. Диаграмма «Ишикава». Матричные методы анализа портфеля продуктов/бизнесов: BKG, GE/Маккинси, Ансофф, «продукт – рынок».
6	Стратегический анализ конкуренции	Модель Портера, бенчмаркинг. Стратегический анализ жизненного цикла и привлекательности отрасли (матрица ADL). BSC и стратегические карты.
7	Стратегический анализ внутренней среды компании	Цели анализа ценностной цепочки в компании. Объекты и показатели анализа ценностной цепочки в компании. Источники и методы сбора информации для анализа ценностной цепочки в компании. Периодичность анализа ценностной цепочки в компании. Преимущества и недостатки анализа ценностной цепочки в компании. Цели ABC-анализа в компании. Объекты и показатели ABC-анализа в компании. Источники и методы сбора информации для ABC-анализа в компании. Периодичность ABC-анализа в компании. Преимущества и недостатки ABC-анализа в компании. Цели GAP-анализа в компании. Объекты и показатели GAP-анализа в компании. Источники и методы сбора информации для GAP-анализа в компании. Периодичность GAP-анализа в компании. Преимущества и недостатки GAP-анализа в компании.
8	Стратегический анализ конкурентоспособности компании	Цели сравнительного анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ - бенчмаркинга. Объекты и показатели сравнительного анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ. Периодичность сравнительного анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ - бенчмаркинга. Факторы, связанные с технологией. Факторы, связанные с производством, распределением, маркетингом. Факторы, связанные с квалификацией. Факторы, связанные с возможностями организации. Другие типы КФУ. Выявление ключевых факторов успеха КФУ).Определение бизнес-процесса, который в наибольшей степени влияет на КФУ. Поиск компании-эталона, в которой данный процесс построен наилучшим образом. Сбор информации. Анализ информации
9	Стратегический анализ жизненного цикла	Цели анализа жизненного цикла отрасли. Объекты и показатели анализа жизненного цикла отрасли.

		Источники и методы сбора информации для анализа жизненного цикла отрасли. Периодичность анализа жизненного цикла отрасли. Преимущества и недостатки анализа жизненного цикла отрасли.
10	Стратегический анализ привлекательности отрасли	Цели анализа привлекательности отрасли с применением матричной модели Артур Д.Литл. Объекты и показатели анализа привлекательности отрасли с применением матричной модели Артур Д.Литл. Источники и методы сбора информации для анализа привлекательности отрасли с применением матричной модели Артур Д.Литл. Периодичность анализа привлекательности отрасли с применением матричной модели Артур Д.Литл. Преимущества и недостатки анализа привлекательности отрасли с применением матричной модели Артур Д.Литл.
11	Ключевые факторы успеха	Выявление ключевых факторов успеха (КФУ). Определение бизнес-процесса, который в наибольшей степени влияет на КФУ. Поиск компании-эталона, в которой данный процесс построен наилучшим образом. Сбор информации. Анализ информации.
12	Применение методов стратегического анализа при формировании в компании системы сбалансированных показателей (BSC)	Рентабельность инвестиций (Return on Investment, ROI) как основной финансовый индикатор. Управление стоимостью компании. Понятие средневзвешенной стоимости капитала (Weighted Average Cost of Capital, WACC). Модель экономической добавленной стоимости (Economic Value Added, EVA). О чем молчат финансовые показатели? Цели и индикаторы в перспективе «Экономика/Финансы». Цели и индикаторы в перспективе «Рынок/Клиенты». Цели и индикаторы в перспективе «Бизнес-процессы». Цели и индикаторы в перспективе «Инфраструктура/Сотрудники». Причинно-следственные цепочки в системе Balanced Scorecard. Внутрифирменная отчетность на основе модели Balanced Scorecard. «Паутина» индикаторов. Каскадирование в системе Balanced Scorecard. Построение системы показателей для функциональных подразделений (снабжение, производство, маркетинг\сбыт) или дивизионов компании. Анализ отрасли: модель 5 сил М. Портера (клиенты, поставщики, конкуренты, товары-заменители, барьеры входа на рынок). Ключевые факторы успеха в отрасли. SWOT-анализ компании (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы). Матрица Boston Consulting Group, матрица McKinsey. Анализ цепочки создания стоимости (Value Chain).

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

«Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли»

Основными формами обучения дисциплине «Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли» являются:

- 1) лекции,
- 2) семинарские занятия,
- 3) самостоятельная работа.

2.1. Методические рекомендации по подготовке к лекциям

Лекция – логическое изложение материала в соответствии с планом лекции, который сообщается в начале каждой лекции, и имеет законченную форму, т.е. содержит пункты, позволяющие охватить весь материал, который необходимо довести до студентов.

Главной задачей лектора является организация процесса познания студентами материала изучаемой дисциплины на всех этапах ее освоения, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом.

На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению изучаемых проблем, но и стимулированию Вашей активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Излагаемый материал может показаться Вам сложным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей психологии – общей психологии, психологии познавательных процессов, психологии личности, социальной психологии и т.д. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, Вы должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращая внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

Правила конспектирования:

1. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля (4-5 см) для дополнительных записей.

2. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

3. Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их.

4. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

5. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий. Однако чрезмерное увлечение сокращениями может привести к тому, что со временем в них будет трудно разобратся.

6. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д. Надо иметь в виду, что изучение и отработка прослушанных лекций без промедления значительно экономит время и способствует лучшему усвоению материала.

Перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на семинарских занятиях.

Тематика лекций по дисциплине
«Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли»

Тема 1. Стратегический анализ и его роль в информационной системе организации.

Учебные вопросы:

1. Методы управления: финансовое планирование, перспективное планирование, стратегическое планирование, стратегический рыночный менеджмент.
2. Понятие и структура стратегии, цели стратегии.
3. Стратегическое мышление.
4. Формальный процесс стратегического управления.
5. Адаптивный подход к принятию стратегических решений.
6. Предпосылки возникновения стратегического анализа.
7. История возникновения и развития стратегического анализа.
8. Основатели проблемного подхода в стратегическом анализе: Ансофф, Бостонская Консультационная группа, М.Портер.
9. Творческое стратегическое мышление.
10. Основатели творческого подхода к стратегическому анализу: Кеничи Омэй, Хэмел и Прахалад, Фаррэлл. Возникновение научной теории стратегического анализа.
11. Трудности внедрения технологий стратегического анализа на российском рынке.

Тема 2. Этапы стратегического анализа.

Учебные вопросы:

1. Виды анализа по функциям управления и по содержанию процесса управления.
2. Оперативный анализ.
3. Текущий (ретроспективный) анализ.
4. Перспективный (стратегический) анализ.
5. Обоснование стратегических планов. Оценка ожидаемого их выполнения.
6. Предоставление информации для принятия стратегических управленческих решений.

7. Частный, тематический, комплексный стратегический анализ
8. Экономико-математическое моделирование.
9. Этапы процесса моделирования.
10. Ограничения стратегического анализа.

Тема 3. Направления и объекты стратегического анализа.

Учебные вопросы:

1. Макросреды: демографических, экономических, природных, технических, политических и культурных факторов.
2. Учет влияния факторов макросреды в процессе стратегического анализа.
3. Внутренняя и внешняя микросреда: факторы и субъекты микросреды.
4. Спрос как основной объект постоянного наблюдения, детального изучения и воздействия.
5. Сегментация как необходимый принцип большинства методов стратегического анализа.
6. Анализ конкуренции как составляющая часть анализа внешней микросреды компании.
7. Конкурентная борьба, конкурентные преимущества.
8. Потребительские товары и услуги, промышленные товары.
9. Усиление стратегической роли цены в процессе изменения экономической и конкурентной среды.
10. Функции сбыта, потоки товародвижения.
11. Наиболее распространенные формы коммуникаций.
12. Внутренняя микросреда: факторы и субъекты внутренней микросреды.
13. Подразделения фирмы, являющиеся субъектами внутренней микросреды.
14. Исследование внутренней среды компании: производство, маркетинг, распределение и сбыт, снабжение, финансы, оргструктура.

Тема 4. Методы маркетинговых исследований.

Учебные вопросы:

1. Метод кабинетных исследований. Метод полевых исследований.
2. Вторичная информация: внутренняя и внешняя.

3. Основные виды качественных исследований: глубинное интервью с потребителями, фокус-группы с потребителями, экспертное интервью с экспертами, продавцами.

Тема 5. Анализ внутренней среды.

Учебные вопросы:

1. Потенциал компании, ценностная цепочка, ABC и GAP-анализ. CVP-анализ. Диаграмма «Ишикава».

2. Матричные методы анализа портфеля продуктов/бизнесов: BKG, GE/Маккинси, Ансофф, «продукт – рынок».

Тема 6. Стратегический анализ конкуренции

Учебные вопросы:

1. Модель Портера, бенчмаркинг. Стратегический анализ жизненного цикла и привлекательности отрасли (матрица ADL). BSC и стратегические карты.

Тема 7. Стратегический анализ внутренней среды компании.

Учебные вопросы:

1. Цели анализа ценностной цепочки в компании.
2. Объекты и показатели анализа ценностной цепочки в компании.
3. Источники и методы сбора информации для анализа ценностной цепочки в компании.
4. Периодичность анализа ценностной цепочки в компании.
5. Преимущества и недостатки анализа ценностной цепочки в компании.
6. Цели ABC-анализа в компании. Объекты и показатели ABC-анализа в компании. Источники и методы сбора информации для ABC-анализа в компании.
7. Периодичность ABC-анализа в компании. Преимущества и недостатки ABC-анализа в компании.
8. Цели GAP-анализа в компании. Объекты и показатели GAP-анализа в компании.
9. Источники и методы сбора информации для GAP-анализа в компании.
10. Периодичность GAP-анализа в компании. Преимущества и недостатки GAP-анализа в компании.

Тема 8. Стратегический анализ конкурентоспособности компании.

Учебные вопросы:

1. Цели сравнительного анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ - бенчмаркинга.
2. Объекты и показатели сравнительного анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ.
3. Периодичность сравнительного анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ - бенчмаркинга.
4. Факторы, связанные с технологией.
5. Факторы, связанные с производством, распределением, маркетингом.
6. Факторы, связанные с квалификацией.
7. Факторы, связанные с возможностями организации. Другие типы КФУ.
8. Выявление ключевых факторов успеха КФУ).
9. Определение бизнес-процесса, который в наибольшей степени влияет на КФУ.
10. Поиск компании-эталона, в которой данный процесс построен наилучшим образом.
11. Сбор информации. Анализ информации

Тема 9. Стратегический анализ жизненного цикла.

Учебные вопросы:

1. Цели анализа жизненного цикла отрасли.
2. Объекты и показатели анализа жизненного цикла отрасли.
3. Источники и методы сбора информации для анализа жизненного цикла отрасли.
4. Периодичность анализа жизненного цикла отрасли.
5. Преимущества и недостатки анализа жизненного цикла отрасли.

Тема 11. Ключевые факторы успеха

Учебные вопросы:

1. Выявление ключевых факторов успеха (КФУ).
2. Определение бизнес-процесса, который в наибольшей степени влияет на КФУ.
3. Поиск компании-эталона, в которой данный процесс построен наилучшим образом.
4. Сбор информации. Анализ информации.

Тема 12. Применение методов стратегического анализа при формировании в компании системы сбалансированных показателей (BSC)

Учебные вопросы:

1. Рентабельность инвестиций (Return on Investment, ROI) как основной финансовый индикатор.
2. Управление стоимостью компании. Понятие средневзвешенной стоимости капитала (Weighted Average Cost of Capital, WACC).
3. Модель экономической добавленной стоимости (Economic Value Added, EVA). О чем молчат финансовые показатели?
4. Цели и индикаторы в перспективе «Экономика/Финансы». Цели и индикаторы в перспективе «Рынок/Клиенты».
5. Цели и индикаторы в перспективе «Бизнес-процессы». Цели и индикаторы в перспективе «Инфраструктура/Сотрудники».
6. Причинно-следственные цепочки в системе Balanced Scorecard. Внутрифирменная отчетность на основе модели Balanced Scorecard.
7. «Паутина» индикаторов. Каскадирование в системе.
8. Balanced Scorecard. Построение системы показателей для функциональных подразделений (снабжение, производство, маркетинг\сбыт) или дивизионов компании.
9. Анализ отрасли: модель 5 сил М. Портера (клиенты, поставщики, конкуренты, товары-заменители, барьеры входа на рынок).
10. Ключевые факторы успеха в отрасли. SWOT-анализ компании (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы).
11. Матрица Boston Consulting Group, матрица McKinsey. Анализ цепочки создания стоимости (Value Chain).

2.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Семинар – это один из наиболее сложных и в то же время плодотворных видов (форм) вузовского обучения и воспитания. В условиях высшей школы семинар – вид практической работы, проводимой под руководством преподавателя, ведущего научные исследования по тематике семинара и в данной отрасли научного знания.

Семинар предназначен: для углубленного изучения той или иной дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки; для активной самостоятельной групповой работы, когда студенты могут подготовить, обдумать поставленные перед ними проблемы, проверить свою позицию, услышать и обсудить другие.

Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы, так как на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы вы должны стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

На семинаре каждый из Вас должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом Вы можете обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т.д. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый.

При подготовке к семинару вам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к семинарским занятиям следует обязательно использовать не только лекции, но учебную, методическую литературу;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов; - на занятии демонстрировать понимание проведенных анализов, ситуаций, в случае затруднений обращаться к преподавателю. Если Вы пропустили занятие (независимо от причин) или не подготовились к занятию, рекомендуется не позже, чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, изученной на занятии. Студенты, не отчитавшиеся по каждой не проработанной ими на занятиях теме к началу зачетной сессии, упускают возможность получить положительную оценку в соответствующем семестре. При такой подготовке семинарское занятие пройдет на необходимом методологическом уровне и принесет интеллектуальное удовлетворение всей группе.

Перечень и содержание тем практических/семинарских занятий дисциплины

«Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли»

Тема 1. Стратегический анализ и его роль в информационной системе организации.

1. Определение роли стратегического анализа в информационной системе организации.

Тема 2. Этапы стратегического анализа.

1. Изучение и закрепление этапов процесса стратегического анализа

Тема 3. Направления и объекты стратегического анализа.

1. Определение направлений и анализ объектов стратегического анализа

Тема 4. Методы маркетинговых исследований.

1. Изучение и освоение основных методов маркетинговых исследований.

Тема 5. Анализ внешней среды.

1. Провести анализ факторов внешней среды. Программный продукт «Маркетинг Микс 3», строится матрица ВКГ.

Тема 6. Стратегический анализ конкуренции

1. Провести анализ конкурентов компании.

Тема 7. Стратегический анализ внутренней среды компании.

1. Провести анализ факторов внутренней среды.

Тема 8. Стратегический анализ конкурентоспособности компании.

1. Анализ стратегий конкурентоспособности компании. Матрица GE

Тема 9. Стратегический анализ жизненного цикла.

1. Стратегический анализ жизненного цикла компании.

Тема 10. Стратегический анализ привлекательности отрасли.

1. Стратегический анализ привлекательности отрасли компании. Матричная модель Артура Д. Литл.

Тема 11. Стратегический анализ привлекательности отрасли.

1. Выявить ключевые факторы успеха судоходной компании.

Тема 12. Применение методов стратегического анализа при формировании в компании системы сбалансированных показателей (BSC).

1. Концепция системы сбалансированных показателей (BSC) для судоходной компании.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Методы и модели стратегического анализа транспортной отрасли»

3.1. Общие методические рекомендации по самостоятельной работе

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Целью самостоятельной работы студентов являются: обучение навыкам работы с научной литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины, а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации. В связи с этим основными задачами самостоятельной работы студентов, изучающих дисциплину являются:

во-первых, продолжение изучения учебной дисциплины в домашних условиях по программе, предложенной преподавателем;

во-вторых, привитие студентам интереса к психологической литературе;

в-третьих, развитие познавательных способностей.

Изучение и изложение информации, полученной в результате изучения научной литературы и практических материалов, предполагают развитие у студентов как владения навыками устной речи, так и способностей к четкому письменному изложению материала.

Основными формами самостоятельной работы студентов являются:

1. Изучение теоретического материала во внеаудиторных условиях при подготовке к аудиторным занятиям (семинарам), к зачету, экзамену.

2. Подготовка устных сообщений (докладов) к семинарским занятиям. Целью подготовки докладов является выделение проблемных вопросов по изучаемой теме. Доклад представляется устно перед студенческой группой, оформляется письменно в виде плана-конспекта и сдается преподавателю. Регламент одного доклада не может превышать 7-10 мин. Темы докладов указываются в планах семинарских занятий.

3. Подготовка рефератов по отдельным темам программы учебной дисциплины. Целью написания рефератов является привитие студентам навыков самостоятельной работы над литературными источниками, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом. Темы рефератов указаны к темам, предназначенным для самостоятельного изучения. Методические рекомендации по написанию рефератов содержатся в соответствующем разделе методического пособия.

4. Иные формы самостоятельной работы. По усмотрению преподавателя студенты могут выполнять и другие виды самостоятельной работы. В частности:

- обзор новейших научных работ (монографий, статей) по психологии;
- подбор материалов периодической печати по изучаемой теме.

Соответственно конкретным темам семинарских занятий студентам могут быть даны иные рекомендации.

Самостоятельная работа студентов должна быть организована с учетом времени изучения той или иной темы по учебному плану. Работа студента в аудиторных и во внеаудиторных условиях по проблематике должна максимально совпадать.

Самостоятельную работу, указанную в пунктах 2-4, не должны выполнять все без исключения студенты. Преподаватель, ведущий практические и семинарские занятия, определяет конкретных студентов, которые будут выполнять задания (доклады, рефераты и др.).

Основной формой контроля за самостоятельной работой студентов являются семинарские (практические) занятия, промежуточная аттестация, а также еженедельные консультации преподавателя. При подведении итогов самостоятельной работы (в частности, написания рефератов, подготовки докладов) преподавателем основное внимание должно уделяться разбору и оценке лучших работ, анализу недостатков. По предложению преподавателя студент может изложить содержание выполненной им письменной работы на практических и семинарских занятиях.

3.2.Методические рекомендации по написанию доклада

Доклад – публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему, вид самостоятельной работы, который используется в учебных и внеаудиторных занятиях и способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить.

При написании доклада по заданной теме обучающийся составляет план, подбирает основные источники. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения. К докладу по крупной теме могут привлекать несколько обучающихся, между которыми распределяются вопросы выступления.

Тематика доклада обычно определяется преподавателем, но в определении темы инициативу может проявить и обучающийся. Прежде чем выбрать тему доклада, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы поработать, более глубоко ее изучить.

Этапы работы над докладом включают в себя: формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию; подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников); составление списка использованных источников; обработка и систематизация информации; разработка плана доклада; написание доклада и публичное выступление с результатами исследования.

Структура доклада: 1) титульный лист; 2) оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт); 3) введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы); 4) основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы); 5) заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации); 6) список использованных источников.

Структура и содержание доклада

Введение – это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показывается позиция автора. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента. В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам.

Список использованных источников представляет собой перечень использованных книг, статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания.

Приложение к докладу оформляются на отдельных листах, причем каждое должно иметь свой тематический заголовок и номер, который пишется в правом верхнем углу, например: «Приложение 1».

Требования к оформлению доклада. Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем. Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения. Обязательно должны иметься

ссылки на используемую литературу. Должна быть соблюдена последовательность написания библиографического аппарата

3.3.Методические рекомендации по написанию реферата

Написание рефератов является одной из форм самостоятельной работы студентов и направлено на организацию и повышение уровня выполнения самостоятельной работы, а также на усиление контроля за этой работой.

Целью написания рефератов является привитие студентам навыков самостоятельной работы над литературными источниками с тем, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом.

В отличие от семинарских занятий, при проведении которых студент приобретает, в частности, навыки высказывания своих суждений и изложения мнений других авторов в устной форме, написание рефератов даст ему навыки лучше делать то же самое, но уже в письменной форме, хорошем стиле.

Рефераты должны носить научно-проблемный характер. При написании такого реферата студент должен изучить и кратко изложить имеющиеся в литературе суждения по определенному, спорному в теории, вопросу (проблеме) по изучаемой теме, высказать по этому вопросу (проблеме) собственную точку зрения с соответствующим ее обоснованием.

Объем реферата должен быть в пределах 15 – 20 страниц (шрифт Times New Roman, полуторный интервал). Титульный лист должен содержать следующие сведения: наименование учебного заведения, наименование кафедры, тема, фамилия и инициалы студента, факультет, курс, номер группы, год выполнения. Реферат должен включать список использованной литературы.

Реферат сдается преподавателю. Как правило, на основании написанного реферата студент готовит небольшое (5 – 10 мин.) выступление на занятии, в ходе которого он должен изложить основные положения своего реферата.

Оформление печатного текста реферата:

1) Текст доклада должен быть набран в редакторе Microsoft Word версий 97-2007 и позднее и распечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой бумаги форматом А4 (210 на 297мм).

2) Основной текст: шрифт Times New Roman - 14, без переноса слов, междустрочный интервал полуторный, выравнивание по ширине.

3) Поля: слева - 3 см, сверху – 2 см, справа - 2 см, внизу - 2 см, абзацный отступ – 1,25 см.

4) Заголовки первого порядка: обозначаются римскими цифрами, набираются все заглавными буквами, по центру, без отступа и точки на конце; шрифт 18, полужирный.

5) Заголовки второго порядка по центру, без отступа, арабские цифры, без точки, с заглавной буквы, далее строчными буквами; шрифт 16, полужирный

Рекомендуемые темы докладов, рефератов:

1. Метод SWOT анализа
2. Метод PEST анализа
3. Метод SNW анализа
4. Метод R анализа
5. Портфельный анализ
6. Сценарный анализ
7. Сравнительный анализ
8. Модель Дюпон
9. Метод риск-анализ

10. Матрица BCG
11. Пять конкурентных сил Майкла Портера
12. Матрица McKinsey - General Electric
13. Матричная модель И. Ансоффа
14. Модель «McKinsey 7 - S»
15. Оценка силы конкурентной позиции
16. Модель PIMS
17. Метод разрыва
18. Модель экономической добавленной стоимости
19. Анализ цепочки создания стоимости (Value Chain)

Критерии и шкала оценивания выполнения реферата

Критерии оценивания:

- знание правовых действий в соответствии с законодательством Российской Федерации и международными договорами– умение правильно определять нормативный правовой акт, подлежащий применению к соответствующим правовым отношениям;
- знание анализа и дачи оценки различных источников права и юридических документов
- умение разъяснять смысл правовых норм в целях правильной реализации и их применения, установление взаимосвязи между объектами и субъектами права;
- умение подготовить проекты нормативных правовых актов в рамках осуществления профессиональной деятельности
- владение анализом, оценкой и толкованием законодательной и правоприменительной практики при осуществлении профессиональной деятельности;
- владение анализом юридически- значимых ситуаций на практике, требующих применения правовых норм.

3.4. Методические рекомендации по подготовке к устному опросу

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Устный опрос является одним из основных способов учета знаний учащихся. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Устный опрос – метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания обучающихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки. Устный опрос позволяет поддерживать контакт с обучающимися, корректировать их мысли; развивает устную речь (монологическую, диалогическую); развивает навыки выступления перед аудиторией. Именно в ходе текущего устного опроса

происходит основная отработка учебного материала, закрепление знаний, отбирается материал по теме, подчёркивается главное, решающее, вырабатывается последовательность изложения.

Примерный перечень вопросов для устного опроса.

1. История возникновения и развития стратегического анализа.
2. Основатели проблемного подхода в стратегическом анализе: Ансофф, Бостонская Консультационная группа, М.Портер.
3. Возникновение научной теории стратегического анализа
4. Виды анализа по функциям управления и по содержанию процесса управления.
5. Обоснование стратегических планов.
6. Сегментация как необходимый принцип большинства методов стратегического анализа.
7. Анализ конкуренции как составляющая часть анализа внешней микросреды компании.
8. Исследование внутренней среды компании: производство, маркетинг, распределение и сбыт, снабжение, финансы, оргструктура и др.
9. Метод кабинетных исследований.
10. Метод полевых исследований.
11. Потенциал компании, ценностная цепочка, ABC и GAP-анализ. CVP-анализ.
12. Диаграмма «Ишикава».
13. Матричные методы анализа портфеля продуктов/бизнесов: BKG, GE/Маккинси, Ансофф, «продукт–рынок».
14. Модель Портера.
15. Стратегический анализ жизненного цикла и привлекательности отрасли (матрица ADL).
16. BSC и стратегические карты.
17. Объекты и показатели ABC-анализа в компании.
18. Цели GAP-анализа в компании.
19. Преимущества и недостатки GAP- анализа в компании.
20. Объекты и показатели сравнительного анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ.
21. Объекты и показатели анализа жизненного цикла отрасли.
22. Преимущества и недостатки анализа привлекательности отрасли с применением матричной модели Артур Д.Литл.
23. Выявление ключевых факторов успеха (КФУ).
24. Рентабельность инвестиций (Return on Investment, ROI) как основной финансовый индикатор.
25. Понятие средневзвешенной стоимости капитала (Weighted Average Cost of Capital, WACC).
26. Модель экономической добавленной стоимости (Economic Value Added, EVA).
27. Причинно-следственные цепочки в системе Balanced Scorecard.
28. Анализ цепочки создания стоимости (Value Chain).
29. Цели и индикаторы в перспективе «Бизнес-процессы».
30. Цели и индикаторы в перспективе «Рынок/Клиенты».

Показатели и шкала оценивания

Шкала оценивания	Показатели
отлично	– обучающийся полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; – обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; – излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка
хорошо	– обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом
удовлетворительно	обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: – излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; – не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; – излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
не удовлетворительно	обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и

4. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Стратегический менеджмент Абрамов В.С. Абрамов С.В. Учебник и практикум для вузов — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14595-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520203>

2. Системный анализ в менеджменте Прокофьева Т.А. Челноков В.В. Учебник для вузов — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10451-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517550>

Дополнительная литература

3. Современный стратегический анализ Казакова Н.А. Учебник и практикум для вузов — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 469 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11138-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511185>

4. ECONOMICS: Словарь современной экономической теории Носова С.С. Словарь Москва : Русайнс, 2021. — 254 с. — ISBN 978-5-4365-7907-8. — URL: <https://book.ru/book/940622>

5. ПЕРЕЧЕНЬ СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

№ п/п	Наименование информационного ресурса	Ссылка на информационный ресурс
1.	Университетская информационная система России	www.Cir.ru
2.	КонсультантПлюс (Правовые ресурсы: справочная информация)	http://www.consultant.ru/law/ref/stavki/
3.	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	www.Escocman.Edu.ru
4.	Правительство России (Транспорт и связь: внутренний водный транспорт и морская деятельность)	http://government.ru/govworks/541/events/
5.	Федеральная служба государственной статистики (Официальная статистика)	http://www.gks.ru/
6.	Официальный сайт Министерства транспорта Российской Федерации (Деятельность: статистика)	https://www.mintrans.ru/activity/detail.php?SECTION_ID=701
7.	Официальный сайт Министерство экономического развития Российской Федерации (Деятельность: Стратегическое планирование; Стратегическое и территориальное планирование)	http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategicPlanning/ http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/StrategTerPlanning/
Профессиональные базы данных		
8.	КонсультантПлюс - Правовые ресурсы - Справочная информация, календари, формы	http://www.consultant.ru/ http://www.consultant.ru/law/ref/ http://www.consultant.ru/law/

6. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

№ п/п	Наименование программного продукта	Тип продукта (полная лицензионная версия, учебная версия, распространяется свободно)
1	Microsoft Corporation Windows 7;	Полная лицензионная версия
2	Microsoft Office 2010	Полная лицензионная версия
3	Adobe Systems Inc. Reader	Распространяется свободно
4	Google Inc Chrome	Распространяется свободно

5	Лаборатория Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Полная лицензионная версия
6	Система дистанционного обучения на базе платформы Moodle	GNU GPL
7	Веб-приложение для дистанционного онлайн обучения JitsiMeet	Распространяется свободно



Издается в авторской редакции
Подписано в печать (30.06.2023). Формат 60x80 ¹/₁₆
Бумага кн.-журн. П.л. (3,3) Гарнитура Таймс.
Тираж (40).

Воронежский филиал Федерального государственного образовательного учреждения
высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова»
Типография Воронежского филиала ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»,
Воронеж, Ленинский проспект, 174л.

Отпечатано с оригинал-макета заказчика. Ответственность за содержание
представленного оригинал-макета типография не несет.
Требования и пожелания направлять авторам данного издания