

---

---

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
МЕНЕДЖМЕНТ**

---

---

**ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ**

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Тамбовский государственный технический университет»

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
МЕНЕДЖМЕНТ**

Методические указания по выполнению курсовой работы  
для студентов дневного и заочного отделений специальности 080507



---

Тамбов  
Издательство ТГТУ  
2005

ББК У9(2)21я73-5  
Ф48

**Рецензент**  
Доктор экономических наук, профессор  
*В.Д. Жариков*

Ф48                    Стратегический менеджмент: Метод. указ. / Сост. Е.В. Быковская. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2005. 16 с.

Представлены методические указания и тематика курсовых работ по курсу «Стратегический менеджмент».

Предназначены для студентов дневного и заочного отделений специальности 080507.

ББК У9(2)21я73-5

© Тамбовский государственный  
технический университет (ТГТУ), 2005

Учебное издание

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
МЕНЕДЖМЕНТ

Методические указания

Составитель: Быковская Елена Викторовна

Редактор В.Н. Митрофанова

Компьютерное макетирование Е.В. Кораблевой

Подписано к печати 23.12.2005

Гарнитура Times New Roman. Формат 60 × 84/16. Бумага офсетная.

Печать офсетная. Объем: 0,93 усл. печ. л.; 1,0 уч.-изд. л.

Тираж 100 экз. С. 899<sup>М</sup>

Издательско-полиграфический центр ТГТУ  
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

## ВВЕДЕНИЕ

«Стратегический менеджмент» является прикладным специализированным курсом, рассмотрение которого направлено на углубленное изучение теории и практики разработки и реализации стратегии организации.

Выполнение курсовой работы, в соответствии с учебными планами специальности 080507, обобщает и завершает изучение курса «Стратегический менеджмент».

Целью выполнения курсовой работы является систематизация, расширение и закрепление полученных в результате изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» теоретических и практических знаний, их использование и развитие навыков самостоятельной работы при многовариантном подходе к решению проблем стратегического развития организации.

Стратегический менеджмент включает разработку и выбор критериев для организации стратегических управленческих решений, а также практическое использование этих критериев с учетом конкретных условий деятельности организации.

Изучение данной дисциплины направлено на решение следующей задачи: вооружение студентов знаниями методологии обеспечения конкурентоспособности эффективности решений при разработке стратегии организации (фирмы, предприятия), т.е. методов повышения качества процессов принятия стратегических решений, позволяющих на последующих стадиях воспроизводства объекта получить экономию, на порядки превышающую дополнительные затраты на повышение качества решения.

В процессе написания и защиты курсовой работы студенты должны проявить знание теоретических и методологических основ финансовой, анализа хозяйственной деятельности, рынка ценных бумаг, налогообложения предприятия; продемонстрировать умение работать с литературными источниками, способность анализировать, обобщать информацию; принимать управленческие решения на основе сделанных выводов; логически и четко излагать материал.

Тема курсовой работы выбирается на основании предлагаемой тематики по согласованию с руководителем. Для написания проблемно-аналитической части работы используются данные по конкретной организации, данные Госстатистики, сведения из специальной научной отечественной и зарубежной литературы.

Тема курсовой работы выбирается студентами с учетом важности проблемы для современной ситуации, сложившейся в стратегическом менеджменте, а также экономического состояния конкретной организации. Курсовая работа выполняется с привлечением информации по исследуемым вопросам, новейших данных науки и передовой практики.

### Раздел 1

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

### 1.1 Содержание и структура работы

В разработке плана курсовой работы, изложении материалов требуется соблюдать определенную последовательность.

Курсовая работа должна включать разделы:

- 1 Теоретическая часть.
- 2 Проблемно-аналитическая часть.

Заключение.

Список используемой литературы.

Приложения (практический материал, использованный в работе).

**Введение** отражает: 1) актуальность и хозяйственное значение разрабатываемой темы; 2) определение будущего объекта исследования; 3) цели и задачи курсовой работы. Объем вводной части не должен превышать двух страниц.

В первой главе рекомендуется обратить внимание на теоретическую составляющую рассматриваемой темы и изложения точек зрения на нее видных ученых-экономистов. Эта глава должна содержать описание сущности исследуемой проблемы и ее роль в системе стратегического менеджмента. Объем главы не должен превышать восьми страниц.

Проблемно-аналитическая часть содержит исследование, охватывающее:

- краткую характеристику экономических условий изучаемой организации (фирмы, предприятия);

- детальное описание процедуры разработки, реализации и контроля рассматриваемой сферы стратегической деятельности фирмы;
- выводы и предложения по усовершенствованию процесса принятия стратегических решений по представленной фирме (организации, предприятию).

Эта часть может занимать часть второй главы и третью главу курсовой работы. Третья глава по глубине изложения вопросов должна быть центральной. Она посвящена рассмотрению исследуемой проблемы на фактических данных по конкретной организации. При этом желательно анализ по изучаемому объекту провести в динамике (примерно за три последних года). Заканчиваться эта глава предложениями студентов по улучшению процесса стратегического управления на фирме с целью достижения целей ее деятельности. Целесообразность и реальность рекомендуемых мероприятий должна быть подкреплена соответствующими расчетами и фактическими данными. Объем главы не более десяти страниц.

В зависимости от особенностей темы содержание последних двух глав может быть изменено за счет более детального рассмотрения одних вопросов и исключения других, которые в условиях конкретного предприятия не имеют существенного значения.

Заключение является логическим завершением курсовой работы. В нем необходимо кратко сформулировать основные положения работы. В сжатой форме сделать выводы из материала, изложенного в проблемно-аналитической части работы.

Далее требуется поместить библиографический список и предложения.

Все главы и пункты должны иметь названия, отражающие суть изложенного в них материала.

## **1.2 Подбор литературы по избранной теме**

Для выполнения курсовой работы требуется подобрать и тщательно изучить имеющийся литературный материал: учебники, учебные пособия, журнальные и газетные статьи. Литература подбирается студентом самостоятельно, в затруднительных случаях консультации может дать руководитель курсовой работы.

Для подбора литературы составляют библиографический список. Чтобы в ограниченное время ознакомиться с возможно большим числом источников, необходимо просматривать только те части книг и статей, которые имеют непосредственное отношение к содержанию курсовой работы.

Следует помнить, что при ссылках в тексте курсовой работы на других авторов делаются сноски в квадратных скобках, согласно списку литературы.

Список литературы оформляется в соответствии с принятым стандартом библиографического описания: в алфавитном порядке указывается автор, место и год издания, номера страниц, используемых в работе.

## **1.3 Оформление и защита курсовой работы**

В начале курсовой работы приводится план (содержание) с указанием страниц по каждой главе и по каждому пункту.

Объем курсовой работы – не более 40 страниц рукописного или не более 30 страниц машинного текста. Формат листов А4. Текст следует писать разборчиво на одной стороне листа. Листы должны быть пронумерованы в соответствии с ГОСТом. Нумерация страниц начинается с титульного листа.

Заключает работу список литературы.

В конце работы должен быть оставлен титульный лист для замечаний руководителя.

Курсовая работа должна быть подписана студентом с указанием числа, месяца, года.

Курсовая работа представляется преподавателю-руководителю для проверки до начала зачетной недели. После проверки она возвращается студенту для доработки и подготовке к защите.

На защите работы студент делает краткий (не более 5 мин) доклад, в котором в сжатом виде должны быть отражены главные мысли, положения и выводы работы и отвечать на вопросы теоретического и практического характера, задаваемые преподавателем.

Работа оценивается по пятибалльной системе. При оценке работы во внимание принимаются следующие критерии:

- полнота раскрытия темы и рассмотрение соответствующей проблемы;
- глубина использованных знаний по теории стратегического менеджмента при рассмотрении конкретной проблемы;

- состав и объем проработанной литературы;
- правильность проведенных расчетов по исследуемому объекту;
- теоретическая и практическая полнота и существенность выводов и рекомендаций по рассматриваемому предприятию;
- умение студента формулировать суть вопроса, раскрывать, доказывать и отстаивать свою точку зрения на проблему в процессе защиты.

## Раздел 2

### ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

- 1 Сущность и функции стратегического менеджмента.
- 2 Эволюция стратегического менеджмента.
- 3 Мини-стратегия: миссия, стратегические цели, стратегические целевые приоритеты.
- 4 Составляющие экономической стратегии фирмы: их своеобразие и принципы реализации.
- 5 Создание и поддержание конкурентного преимущества фирмы.
- 6 Планирование выбора стратегической позиции: стратегическая сегментация.
- 7 Планирование выбора стратегической позиции: выбор позиции в конкуренции.
- 8 Разработка стратегии организации по отношению к обществу.
- 9 Приведение потенциала организации в соответствии с изменчивостью ее среды.
- 10 Стратегический менеджмент в реальном масштабе времени.
- 11 Стратегическое управление фирмой в условиях изменений.
- 12 Стратегический анализ.
- 13 Товарная стратегия фирмы.
- 14 Стратегия инвестиционной деятельности фирмы.
- 15 Анализ внешней среды организации: SWOT-анализ.
- 16 Анализ внешней среды организации: PEST-анализ.
- 17 Анализ внутренней среды организации (SNW-анализ).
- 18 Мини-стратегия фирмы: миссия, стратегические цели, стратегические целевые приоритеты.
- 19 Продуктивно-маркетинговая стратегия.
- 20 Система бизнес-стратегий: модель BGG (матрица Бостонской консалтинговой группы).
- 21 Система бизнес-стратегий: модель GE-McKinsey (матрица «Дженерал Электрик» – «МакКинзи»).
- 22 Система бизнес-стратегий: модель ADL-LC (матрица Артура Д. Литтла).
- 23 Производственная стратегия.
- 24 Стратегия управления персоналом.
- 25 Финансовая стратегия.
- 26 Органичное развитие общей стратегии.
- 27 Стратегические изменения: система стратегических изменений, ключевые стратегические изменения.
- 28 Управление процессом реализации стратегических изменений.
- 29 Стратегический контроллинг.
- 30 Реализация стратегии (от выполнения долгосрочного плана – к реализации стратегии).
- 31 Базовые конкурентные стратегии как инструмент стратегии фирмы.
- 32 Исследование жизненного цикла продукта-товара.
- 33 SNW-анализ по продукту.
- 34 Стратегические цели и их декомпозиция (дерево целей).
- 35 Метод сценарного моделирования.
- 36 Анализ и выбор стратегических позиций предприятия.
- 37 Методика использования слабых сигналов.
- 38 Потенциал общего руководства организацией.
- 39 Выбор позиции в конкуренции.

- 40 Стратегия предотвращения несостоятельности (банкротства) фирма.
- 41 Эффективность стратегического менеджмента.
- 42 Стратегия внешнеэкономической деятельности фирмы.
- 43 Стратегия ценообразования.
- 44 Конкурентные преимущества как инструмент стратегии фирмы.
- 45 Стратегические зоны хозяйствования: выделение, оценка привлекательности, управление.
- 46 Стратегическое планирование и маркетинговый подход к управлению фирмой.
- 47 Принципы формирования экономической стратегии.
- 48 Конкурентный статус фирмы.
- 49 Концепция продукта в стратегическом управлении.
- 50 Метод управления по целям.
- 51 Стратегические целевые приоритеты.
- 52 Эффективность стратегического менеджмента.
- 53 Уровень агрессивности стратегии фирмы.
- 54 Уровни стратегического управления фирмы.
- 55 Граница стратегии фирмы (подсистемы стратегических указаний).

### **Раздел 3**

#### **ПРИМЕРНОЕ СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА ДЛЯ НЕКОТОРЫХ КУРСОВЫХ РАБОТ**

##### **Тема: «Сущность и функции стратегического менеджмента»**

Введение.

1 Сущность стратегического менеджмента.

1.1 Понятие стратегического менеджмента.

1.2 Принципы методологии стратегического менеджмента.

1.3 Функции и принципы стратегического менеджмента как инструмента повышения эффективности и конкурентоспособности объектов.

1.4 Структура системы стратегического менеджмента.

2 Этапы модели стратегического менеджмента на примере конкретной фирмы (предприятия, организации) в сжатой форме.

2.1 Диагностика внутренней и внешней среды.

2.2 Формирование миссии, целей и целевых приоритетов.

2.3 Стратегический анализ.

2.4 Концепция общей (корпоративной) стратегии.

2.5 Стратегическая программа действий.

2.6 Реализация стратегии.

2.7 Стратегический контроллинг.

Заключение.

Список литературы.

Приложения.

##### **Тема: «Мини-стратегия: миссия, стратегические цели, стратегические целевые приоритеты»**

Введение.

1 Понятие мини-стратегии фирмы.

1.1 Установление миссии.

1.2 Стратегические цели и их декомпозиция.

2 Стратегические целевые приоритеты.

2.1 Критерии приоритетности.

- 2.2 Целевые приоритеты.
- 3 Установление мини-стратегии конкретной фирмы.
- 3.1 Декомпозиция миссии.
- 3.2 Особенности стратегических целей.
- Заключение.
- Список используемой литературы.
- Приложения.

### **Тема: «Конкурентное преимущество»**

Введение.

- 1 Анализ конкурентных преимуществ товара и фирмы.
- 1.1 Конкуренция и конкурентоспособность как движущие силы развития общества.
- 1.2 Теория конкурентного преимущества Майкла Портера.
- 1.3 Формирование конкурентных преимуществ объектов на основе их эксклюзивной ценности.
- 2 Типовые факторы конкурентного преимущества различных объектов.
- 2.1 Методика интегральной оценки конкурентных преимуществ объектов.
- 2.2 Вспомогательные методы анализа конкурентных преимуществ (SWOT, GAP, LOTS, PIMS, «Профиль», McKinsey).
- 3 Анализ конкурентных преимуществ конкретной фирмы.
- 3.1 Типовые факторы конкурентного преимущества фирмы.
- 3.2 Методика интегральной оценки конкурентных преимуществ фирмы.
- 3.3 Анализ конкурентных преимуществ фирмы на основе одного из вспомогательных методов.
- Заключение.
- Список литературы.
- Приложения.

### **Тема: «Стратегический анализ»**

Введение.

- 1 Анализ внешней среды организации.
- 1.1 SWOT-анализ.
- 1.2 PEST-анализ.
- 1.3 Многофакторный системный анализ.
- 1.4 SWOT-подход при многофакторном анализе.
- 1.5 Анализ дальней внешней среды.
- 1.6 Анализ ближней внешней среды.
- 2 Анализ внутренней среды организации.
- 2.1 Значение стратегического анализа внутренней среды.
- 2.2 NW-подход к анализу внутренних ресурсов.
- 2.3 Системность стратегического анализа внутренней среды.
- 3 Сценарное моделирование (планирование) и стратегический анализ на примере конкретного предприятия.
- 3.1 Первичное представление.
- 3.2 Восемь шагов методики.
- 3.3 Стратегичность и эффективность сценарного моделирования на предприятии.
- Заключение.
- Список используемой литературы.
- Приложения.

### **Тема: «Продуктивно-маркетинговая стратегии фирмы»**

Введение.

- 1 Понятие продуктивно-маркетинговой стратегии.



- 1.1 Сущность и роль продуктово-маркетинговой стратегии в структуре общей стратегии фирмы.
  - 1.2 Первичный уровень продуктово-маркетинговой стратегии.
  - 2 Продуктовый профиль.
    - 2.1 Определение продуктового профиля.
    - 2.2 SWOT-анализ по продукту.
    - 2.3 Исследования жизненного цикла продукта-товара.
    - 2.4 SNW-анализ по продукту.
  - 3 Разработка продуктово-маркетинговой стратегии конкретной фирмы.
    - 3.1 Определение продуктового профиля фирмы.
    - 3.2 SWOT-анализ и SNW-анализ по продуктам этой фирмы.
    - 3.3 Применение базовых конкурентных стратегий на этой фирме.
- Заключение.  
Список используемой литературы.  
Приложения.

### **Тема: «Стратегия управления персоналом»**

Введение.

- 1 Основы управления персоналом.
    - 1.1 Сущность, цели и задачи кадровой политики.
    - 1.2 Управление персоналом как составная часть менеджмента организации.
  - 2 Процесс управления персоналом в условиях стратегических изменений.
    - 2.1 Методы управления персоналом.
    - 2.2 Процесс кадрового планирования.
    - 2.3 Организация деятельности персонала на конкретную стратегическую перспективу.
    - 2.4 Мониторинг работы персонала.
  - 3 Оценка влияния кадровой политики на деятельность конкретной фирмы в условиях стратегических изменений.
    - 3.1 Организация системы управления персоналом на предприятии.
    - 3.3 Анализ и оценка работы персонала на предприятии в условиях стратегических изменений.
- Заключение.  
Список литературы.  
Приложения.

### **Тема: «Реализация стратегии»**

Введение.

- 1 Отличие выполнения долгосрочного плана от реализации стратегии.
    - 1.1 Основные этапы цикла реализации стратегии фирмы.
    - 1.2 Запуск стратегии.
    - 1.3 Основные стратегические изменения.
    - 1.4 Завершение стратегии.
  - 2 Система стратегических изменений.
    - 2.1 Стратегические переходы.
    - 2.2 Органичность стратегических изменений.
  - 3 Управление процессом реализации стратегии на примере конкретной фирмы.
    - 3.1 Основные этапы цикла реализации.
    - 3.2 Управление процессом реализации стратегических изменений.
- Заключение.  
Список используемой литературы.  
Приложения.

### **Тема: «Эффективность стратегического менеджмента»**

Введение.

- 1 Эффективность стратегического и тактического менеджмента.
    - 1.1 Сущность стратегической эффективности.
    - 1.2 Понятие и основные задачи стратегической рефлексии.
    - 1.3 Критерии стратегичности и эффективности.
  - 2 Стратегический контроллинг.
    - 2.1 Функции стратегического контроллинга.
    - 2.2 Стратегический и тактический контроллинг.
  - 3 Стратегический контроллинг на примере конкретного предприятия.
- Заключение.
- Список используемой литературы.
- Приложения.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М., 1996.
- 2 Дайан А., Букерслъ Ф. и др. Академия рынка: Маркетинг. М.: Экономика, 1993.
- 3 Акофф Р. Планирование будущего корпорации. М.: Прогресс, 1985.
- 4 Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. М.: Финансы и статистика, 1997.
- 5 Аникеев С.И. Методика разработки плана маркетинга. М.: Информ-Студио, 1996.
- 6 Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989.
- 7 Бизнес-диагностика промышленных предприятий / Е.А. Соломенникова, Г.В. Гренбэк, В.Д. Маркова. Новосибирск: НГУ, 1996.
- 8 Бородин В.А. Стратегия управления инновационной фирмой. Новосибирск: ЭКО, 1996.
- 9 Виханский О.С., Наумов А.М. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. 3-е изд. М.: Гардарики, 2000.
- 10 Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. 3-е изд. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2001.
- 11 Голубков Е.П. Маркетинговые исследования. М.: Финпресс, 1998.
- 12 Гончаров В.В. Руководство для высшего управленческого персонала. М.: Сувенир, 1993.
- 13 Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование. М.: Дело, 1998.
- 14 Гусев Ю.В. Стратегическое управление. Новосибирск, 1995.
- 15 Дихтль Е., Хергшген Х. Практический маркетинг. М.: Экономика, 1995.
- 16 Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. М.: Финпресс, 1998
- 17 Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг. М.: Международные отношения, 1991.
- 18 Как работают японские предприятия. М.: Экономика, 1989.
- 19 Капиталистическое управление: уроки 1980-х / Грачев М.В., Соболевская А.А., Кузин Д.В., Стерлин А.В. М.: Наука, 1991.
- 20 Карлоф Б. Деловая стратегия. М.: Экономика, 1991.
- 21 Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. М.: Прогресс, 1982.
- 22 Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятия в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность. М.: Экономика, 1997.
- 23 Клуб директоров: опыт программно-целевого управления предприятиями. М.: Экономика, 1989.
- 24 Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. М.: Прогресс, 1987.
- 25 Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 1999.
- 26 Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. СПб.: Наука, 1996.
- 27 Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятий. М.: Внешторгиздат, 1989.
- 28 Маркова В.Д., Кравченко Н.А. Бизнес-планирование. 2-е изд. Новосибирск: Экор, 1994.
- 29 Мескон М.Х., Альберт М., Хедоуры Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. М.: Дело, 2001.
- 30 Основы внешнеэкономических знаний / Под ред. И.П. Фаминского. М., 1990.
- 31 Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В.М. Власовой. М., 1994.
- 32 Пилдич Дж. Путь к покупателю. М.: Прогресс, 1991.
- 33 Питере Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. М.: Прогресс, 1986.

- 34 Портер М. Международная конкуренция. М.: Прогресс, 1993.
- 35 Рапопорт В.Ш. Диагностика управления: практический опыт и рекомендации. М.: Экономика, 1988.
- 36 Реструктурирование предприятий: рациональная система бизнес-единиц / Серия «Искусство управления приватизированным предприятием». Фирма Маккинси. М.: Дело, 1996.
- 37 Семь нот менеджмента. М., 1997.
- 38 Современный бизнес. М.: Республика, 1995. Т. 1.
- 39 Современный маркетинг / Под ред. В.Е. Хруцкого. М.: Финансы и статистика, 1991.
- 40 Справочник директора предприятия. М.: ИНФРА-М, 1997.
- 41 Степанов М. В. Стратегия хозяйственного поведения корпораций США. М.: Наука, 1990.
- 42 Стерлип Л.Р., Тулин И.В. Стратегическое планирование в промышленных корпорациях. СШЛ. М.: Наука, 1990.
- 43 Сэндидж Ч.Г., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика. М.: Прогресс, 1989.
- 44 Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. М.: Экономика, 1989.
- 45 Томпсон А., Формби Дж. Экономика фирмы. М.: Бином, 1998.
- 46 Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.
- 47 Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002.
- 48 Финансово-промышленные группы: проблемы становления, функционирования и моделирования / В.В. Титов, В.Д. Маркова. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1997.
- 49 Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие. М.: Эксмо, 2004.
- 50 Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. СПб.: Питер, 2003.
- 51 Фатхутдинов Р.А. Организация производства: Учебник. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2004.
- 52 Фатхутдинов Р.А. Управленческие решения: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2002.
- 53 Шамхалов Ф.И. Американский менеджмент: теория и практика. М.: Наука, 1993.
- 54 Экономическая стратегия фирмы / Под ред. А.П. Градова. СПб., 1995.
- 55 Японская экономика в преддверии XXI века. М.: Наука, 1991.
- 56 Aaker D. Strategic Marketing Management. N.Y.: John Wiley & Sons, 1988.
- 57 Foxall Gordon R. Corporate Innovation: Marketing and Strategy. L., 1984.
- 58 Porter M. E. Competitive Strategy: Technique for Analyzing Industries and Competitors. 3 ed. N.Y.: The Free Press, 1986.
- 59 Rob J. Thomas. New Product Development: Managing and Forecasting for Strategic Success. N.Y.: John Wiley & Sons, 1993.
- 60 Strategic Information Systems: A European Perspective. N.Y.: John Wiley & Sons, 1994.
- 59 Wheelen T., Hunger J. Strategic Management and Business Policy. N.Y.: Addison-Wesley Publishing Company, 1992.