Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.10.2026 16:19:25
Уникальный программный ключ:
3beb265d5d589e7ff4c954946f3ad99a1e70ac12

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИЕТ»

Институт сервиса и отраслевого управления

Кафедра экономики и организации производства

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению курсового проекта
по дисциплине «***Стратегический анализ и планирование***»
для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 43.03.01 «Сервис» направленность (профиль) «Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания», «Конгрессно-выставочная деятельность и иностранные языки» очной формы обучения

Составитель ***Е. В. Курушина***
кандидат экономических наук, доцент

Тюмень
ТИУ
2025

Стратегический анализ и планирование: метод. указ. по выполнению курсового проекта студентов направления 43.03.01 «Сервис» направленность (профиль) «Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания», «Конгрессно-выставочная деятельность и иностранные языки» очной формы обучения / сост. Е. В. Курушина; Тюменский индустриальный университет.– Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2025. – 19 с.

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании кафедры экономики и организации производства

Аннотация

Методические указания по выполнению курсового проекта студентов направления 43.03.01 «Сервис» направленность (профиль) «Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания», «Конгрессно-выставочная деятельность и иностранные языки» очной формы обучения по дисциплине «Стратегический анализ и планирование». Данная дисциплина изучается в одном семестре.

Указания содержат рекомендации к выполнению курсового проекта, примерную тематику курсовых работ, образцы оформления титульного листа, содержания работы и списка литературы.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Курсовой проект по дисциплине «Стратегический анализ и планирование» предусмотрена учебным планом по направлению 43.03.01 «Сервис» направленности «Экономика сервисного предприятия и организация послепродажного обслуживания», «Конгрессно-выставочная деятельность и иностранные языки».

Цель курсового проекта заключается в приобретении навыков практической работы по разработке и реализации экономической стратегии сервисного предприятия.

Задачи курсового проекта определяются этапами стратегического планирования и сводятся к следующему:

- диагностика внешней и внутренней среды бизнеса;
- определение системы ценностей, стратегических и тактических целей организации;
- определение иерархии стратегий фирмы;
- разработка стратегии соответствующего управленческого уровня (корпоративной, конкурентной, функциональной, оперативной).

Курсовой проект выполняется на основе первичной и вторичной информации по выбранному объекту исследования. В качестве первичной информации могут быть использованы результаты анкетирования и опросов, проводимые студентом. В стратегическом планировании широко используются методы экспертных оценок. В качестве экспертов целесообразно использовать топ-менеджеров исследуемой организации или специалистов сервисного предприятия. Если экспертные оценки производятся самим обучающимся, то они должны быть аргументированы соответствующим образом на основе фактических данных и результатов расчётов. В качестве вторичной информации при написании курсового проекта используются данные пояснительных записок к годовым отчётам, рабочие документы, статистические показатели, опубликованные в печати и результаты исследований, проведённые консалтинговыми фирмами или отдельными специалистами.

Вне зависимости от источников информации аналитический и проектный разделы студенческой работы должны выполняться на основе конкретных данных сервисного предприятия. Результатом работы должна явиться программа мероприятий экономической стратегии, разработанная на основе проведения стратегического анализа внешней и внутренней среды сервисного предприятия. Завершается работа защитой курсового проекта.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Десять тем курсовых работ по разработке экономической стратегии сервисного предприятия, предусмотренные данными методическими указаниями, делятся на три группы и соответствуют уровням управления.

Корпоративный уровень - разработка корпоративной стратегии фирмы (с 1-ой по 4-ю тему);

Уровень бизнес единиц - разработка конкурентной стратегии фирмы (с 5-ой по 7-ю тему);

Уровень функциональных подразделений - разработка функциональной стратегии фирмы (с 8-ой по 10-ую тему).

Названия стратегий соответствуют типовой классификации, сложившейся в стратегическом планировании.

1. Разработка корпоративной стратегии интенсивного роста сервисного предприятия
2. Разработка корпоративной стратегии интеграционного роста сервисного предприятия
3. Разработка корпоративной стратегии диверсификационного роста сервисного предприятия
4. Оптимизация хозяйственного портфеля сервисного предприятия.
5. Разработка конкурентной стратегии снижения издержек.
6. Разработка конкурентной стратегии дифференциации.
7. Разработка конкурентной стратегии оптимальных издержек.
8. Разработка производственной стратегии сервисного предприятия.
9. Разработка финансовой стратегии сервисного предприятия.
10. Разработка стратегии управления персоналом сервисного предприятия.

3. ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Тема курсового проекта выбирается студентом самостоятельно и при необходимости согласуется с преподавателем. Выбор темы зависит от:

- состояния объекта исследования;
- актуальности стратегических вопросов, стоящих перед организацией;
- наличия необходимой для исследования информации.

Работа над курсовой работой начинается с теоретического изучения содержания модели стратегического планирования и всех её составляющих: определения миссии, стратегического анализа внешней и внутренней среды фирмы, системы иерархии экономической стратегии, разработки программы ее реализации. Следующим этапом работы является

знакомство с объектом исследования. Студент изучает миссию, производственный профиль сервисного предприятия, его организационную структуру, сильные и слабые стороны организации. На этом этапе определяются актуальные проблемы и стратегические задачи организации. Эти задачи необходимо ранжировать по уровням управления – корпоративному, уровню бизнес-единиц, либо функциональному.

Выбор темы может быть определён в зависимости от широты производственного профиля компании и места практики студента.

Выбор группы тем курсового проекта

Место практики	**Широта производственного профиля**	
	Широкодиверсифицированная компания	**Узкоспециализированная компания**
Аппарат управления головной организации	Разработка корпоративной стратегии организации	Разработка конкурентной стратегии фирмы
Аппарат управления дочерней компании	Разработка конкурентной стратегии фирмы	
Функциональный отдел	Разработка функциональной стратегии фирмы (в зависимости от отдела)	
Цех	Разработка конкурентной стратегии фирмы Разработка функциональной стратегии фирмы	

После определения группы тем обучающийся определяет вид экономической стратегии, соответствующий данному уровню управления.

При разработке стратегии корпоративного уровня при выборе типа роста (сокращения) большое значение имеет стадия жизненного цикла организации, результаты изучения возможностей её расширения в рамках существующего производственного профиля (интенсивный рост), либо за счет приобретений предприятий отрасли (интеграционный рост), либо за счет вхождения в другие сферы бизнеса (диверсификационный рост).

При разработке конкурентной стратегии выбор типа стратегии зависит от эластичности спроса на сервисные услуги. Если спрос на товар эластичен по цене, то для данной бизнес-единицы актуальна стратегия снижения издержек. Если уровень спроса на услугу определяется его качеством, то необходимо разрабатывать стратегию дифференциации. В случае, когда спрос на услугу эластичен и по цене, и по качеству, то данному предприятию необходимо выбрать стратегию оптимальных издержек. Кроме того, при выборе конкурентной стратегии необходимо

помнить, что бизнес-стратегии классифицируются на стратегии широкие и сфокусированные.

Конкурентные стратегии

<table>
<tr><th rowspan="2">Рынок</th><th colspan="2">Тип конкурентного преимущества</th></tr>
<tr><th>Низкие издержки</th><th>Дифференциация</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Массовый

Узкий
сегмент рынка</td><td>Стратегия
низких
издержек</td><td>Стратегия
широкой
дифференциации</td></tr>
<tr><td colspan="2">Стратегия
оптимальных издержек</td></tr>
<tr><td>Сфокусированная
стратегия
низких издержек</td><td>Сфокусированная
стратегия
дифференциации</td></tr>
</table>

Вид спроса (массовый или сегментный) определяет не только ёмкость рынка, но и покупательские предпочтения, что должно найти отражение в курсовой работе при разработке программы по повышению конкурентоспособности услуги.

При разработке функциональной стратегии необходимо предварительно провести анализ сильных и слабых сторон организации. В зависимости от результатов диагностики внешней и внутренней среды определяется актуальность той или иной функциональной стратегии, позволяющей развивать стратегический потенциал фирмы – производственный, кадровый или финансовый.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Оформление курсовых проектов осуществляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к студенческим научным работам. Курсовой проект имеет следующую структуру:

1. **Титульный лист.** На титульном листе должно быть отражено наименование Министерства, учебного заведения, кафедры и дисциплины, по которой выполняется курсовой проект, название темы, исполнитель (с указанием группы и фамилии с инициалами), руководитель (фамилия преподавателя с инициалами, его должность и звание), город и год издания. Образец титульного листа представлен в Приложении.
2. **Содержание.** В содержании должна быть выдержана структура работы, определённая в задании. По главам и параграфам указываются страницы.

3. **Введение.** Объём введения составляет 1-2 страницы. В нём обосновывается актуальность темы для исследуемого объекта. Кроме того, можно отразить положение данной сервисной отрасли в российской экономике, её основные проблемы и перспективы.
4. **Основная часть.** Объём основной части составляет 25-30 страниц. Она включает аналитический и проектный раздел. Аналитическая глава предполагает определение цели анализа, изложение необходимых для исследования методик (со ссылкой на авторов), проведение анализа с использованием методов математической статистики на основе информации по предприятию и по внешней среде, формулирование выводов, подкреплённых соответствующими расчётами. Все разделы основной части должны содержать для иллюстрации выводов таблицы, диаграммы и графики. Результатом проектной главы является разработанная программа по реализации стратегии с расчетом всех основных стратегических и финансовых показателей. При разработке корпоративной стратегии необходимо обосновать выбор типа стратегии роста, её возможность и целесообразность, а также способ роста организации: расширение существующего предприятия, приобретение компании, создание с нуля. При разработке конкурентной стратегии этот раздел должен содержать ответы на конкретные вопросы: на сколько изменится объём оказания услуг, за счёт чего увеличится доля рынка, какие производственные и финансовые ресурсы для этого потребуются? При разработке функциональной стратегии следует определить результативность намечаемых мер, средства их достижения и оценить возможность изменений.
5. **Заключение.** Объём заключения составляет 3-4 страницы. Заключение представляет собой краткое изложение работы, основные выводы по параграфам, подкреплённые цифрами, но без формул.
6. **Литература.** Список используемой литературы должен составлять не менее 10 источников с указанием автора, названия, издательства, года издания и количества страниц.
7. **Приложение.** В приложение помещаются необходимые первичные данные, либо таблицы с объёмными промежуточными расчётами, которые не целесообразно помещать в основную часть.

5. СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Тема 1**. Разработка корпоративной стратегии интенсивного роста организации**

Введение

1. Анализ среды бизнеса
   1.1. Характеристика жизненного цикла организации.
   1.2. Анализ сильных и слабых сторон фирмы.
   1.3. Анализ возможностей и угроз во внешней среде.
2. Обоснование выбора корпоративной стратегии фирмы.
   2.1. Анализ вариантов стратегии корпорации.
   2.2. Характеристика стратегии интенсивного роста организации.
3. Разработка бизнес-плана расширения производства.
   3.1. Оценка спроса на услуги.
   3.2. Разработка плана-маркетинга.
   3.3. Разработка производственного плана.
   3.4. Разработка организационного плана.
   3.5. Разработка финансового плана и стратегии финансирования.

Заключение

Литература

Тема 2**. Разработка корпоративной стратегии интеграционного роста организации**

Введение

1. Анализ среды бизнеса
   1.1. Характеристика жизненного цикла организации.
   1.2. Анализ сильных и слабых сторон фирмы.
   1.3. Анализ возможностей и угроз во внешней среде.
2. Обоснование выбора корпоративной стратегии фирмы.
   2.1. Анализ вариантов стратегии корпорации.
   2.2. Характеристика стратегии интеграционного роста организации.
3. Разработка бизнес-плана создания интегрированного хозяйственного подразделения.
   3.1. Оценка спроса на услуги.
   3.2. Разработка плана-маркетинга.
   3.3. Разработка производственного плана.
   3.4. Разработка организационного плана.
   3.5. Разработка финансового плана и стратегии финансирования.

Заключение

Литература

Тема 3**. Разработка корпоративной стратегии диверсификационного роста организации**

Введение

1. Анализ среды бизнеса
   1.1. Характеристика жизненного цикла организации.
   1.2. Анализ сильных и слабых сторон фирмы.
   1.3. Анализ возможностей и угроз во внешней среде.
2. Обоснование выбора корпоративной стратегии фирмы.
   2.1. Анализ вариантов стратегии корпорации.
   2.2. Характеристика стратегии диверсификационного роста организации.
3. Разработка бизнес-плана создания нового хозяйственного подразделения.
   3.1. Оценка спроса на услуги.
   3.2. Разработка плана-маркетинга.
   3.3. Разработка производственного плана.
   3.4. Разработка организационного плана.
   3.5. Разработка финансового плана и стратегии финансирования.

Заключение

Литература

Тема 4. **Оптимизация хозяйственного портфеля фирмы**

Введение

1. Характеристика товарной стратегии фирмы.
   1.1. Миссия, производственный профиль, история создания фирмы.
   1.2. Характеристика состава и структуры продуктового портфеля.
   1.3. Характеристика стратегии ценообразования.
   1.4. Операционный анализ.
2. Анализ перспектив развития хозяйственного портфеля.
   2.1. Оценка долгосрочной привлекательности товарного ассортимента.
   2.2. Оценка конкурентоспособности фирмы на рынках товаров и услуг.
   2.3. Матричный анализ хозяйственного портфеля.
3. Оптимизация хозяйственного портфеля фирмы.
   3.1. Разработка программы по расширению (сокращению) объёмов производства и реализации товаров и услуг.
      3.1.1. Маркетинговая программа.
      3.1.2. Оценка производственных и финансовых возможностей фирмы.

3.1.3. Влияние оптимизации хозяйственного портфеля на стратегические и технико-экономические показатели фирмы.

Заключение

Список литературы

Тема 5. **Разработка конкурентной стратегии снижения издержек.**

Введение

1. Обоснование актуальности стратегии снижения издержек.
   1.1. Характеристика конкурентной стратегии снижения издержек.
   1.2. Внешняя и внутренняя мотивация снижения издержек.
      1.2.1. Анализ эластичности спроса по цене.
      1.2.2. Снижение издержек как источник дополнительной прибыли для реинвестирования.
2. Анализ динамики состава и структуры затрат на производство.
3. Разработка стратегии снижения издержек.
   3.1. Снижение издержек за счёт изменения системы поставок (цены, поставщики, схема доставки).
   3.2. Снижение издержек за счёт внедрения новой техники и технологии.
   3.3. Разработка мотивационного механизма снижения издержек.
   3.4. Оптимизация налоговых выплат.
4. Оценка влияния резервов снижения издержек на стратегические и технико-экономические показатели работы компании.

Заключение

Список литературы

Тема 6. **Разработка конкурентной стратегии дифференциации**

Введение

1. Обоснование актуальности стратегии дифференциации.
   1.1. Характеристика конкурентной стратегии дифференциации.
   1.2. Внешняя и внутренняя мотивация дифференциации.
      1.2.1. Характеристика стратегии ценообразования.
      1.2.2. Анализ эластичности спроса по качеству услуг.
2. Анализ формирования цепочки ценности.
   2.1. Оценка качества изготовления продукции.
   2.2. Выявление факторов, влияющих на качество услуг.
   2.3. Характеристика непроизводственных аспектов ценности (торговая марка, послепродажное обслуживание, реклама и т.д.).

3. Повышение конкурентоспособности услуг и послепродажного обслуживания на основе дифференциации.
   3.1. Обоснование резервов качества услуг за счёт повышения качества ресурсов (сырья и материалов, новой техники и технологии, квалификации персонала).
   3.2. Повышение ценности оказываемых услуг за счёт маркетинговых возможностей фирмы.
4. Оценка влияния резервов повышения ценности услуг на стратегические и технико-экономические показатели работы компании.

Заключение

Литература

Тема 7. **Разработка конкурентной стратегии оптимальных издержек.**

Введение

1. Обоснование актуальности стратегии оптимальных издержек
   1.1. Характеристика конкурентной стратегии оптимальных издержек.
   1.2. Мотивация стратегии оптимальных издержек.
      1.2.1. Анализ эластичности спроса по цене.
      1.2.2. Анализ эластичности спроса по качеству.
2. Анализ издержек на производство продукции.
   2.1. Анализ динамики затрат на производство.
   2.2. Анализ влияния факторов на себестоимость продукции.
3. Анализ цепочки ценности.
   3.1. Оценка качества услуг.
   3.2. Непроизводственные аспекты ценности оказываемых услуг.
4. Повышение конкурентоспособности услуг.
   4.1. Разработка мероприятий по снижению издержек.
   4.2. Повышение конкурентоспособности на основе дифференциации.
5. Оценка влияния резервов повышения конкурентоспособности оказываемых услуг на стратегические и технико-экономические показатели работы компании.

Заключение

Литература

Тема 8. **Разработка производственной стратегии фирмы.**

Введение

1. Анализ среды бизнеса
   1.1. Характеристика жизненного цикла организации.

1.2. Оценка стратегического потенциала компании.
1.3. SWOT-анализ.
2. Экономическая стратегия фирмы.
2.1. Иерархия стратегий организации.
2.2. Характеристика действующей корпоративной и конкурентной стратегии фирмы.
2.3. Роль производственной стратегии в реализации экономической стратегии фирмы.
3. Характеристика производственной стратегии фирмы.
4. Разработка программы производственной стратегии фирмы.
4.1. Прогнозирование спроса на услуги.
4.2. Планирование производственной программы.
4.3. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности услуг.
4.4. Обоснование потребности в производственных мощностях.
4.5. Планирование численности.
4.6. Расчёт потребности в материалах, топливе и энергии.
5. Оценка влияния реализации производственной стратегии на стратегические и технико-экономические показатели работы компании.
Заключение
Литература

Тема 9. **Разработка финансовой стратегии фирмы.**

Введение
1. Роль финансовой стратегии в реализации экономической стратегии фирмы.
2. Анализ финансового состояния предприятия.
   2.1. Горизонтальный анализ баланса предприятия.
   2.2. Вертикальный анализ баланса предприятия.
   2.3. Анализ платежеспособности предприятия.
   2.4. Анализ финансовой устойчивости предприятия.
   2.5. Анализ рентабельности и деловой активности предприятия.
   2.6. Анализ финансового состояния по матрице финансовых стратегий Франшона-Романе.
3. Разработка финансовой стратегии фирмы.
   3.1. Определение целей финансовой стратегии.
   3.2. Совершенствования финансового состояния предприятия за счёт реализации товарной стратегии фирмы.
   3.3. Нормализация производственных запасов предприятия.
   3.4. Разработка мероприятий по снижению себестоимости услуг.

4. Оценка влияния реализации финансовой стратегии на стратегические и финансово-экономические показатели работы компании.

Заключение

Литература

Тема 10. **Разработка стратегии управления персоналом организации.**

Введение

1. Анализ среды бизнеса
   1.1. Характеристика жизненного цикла организации.
   1.2. Оценка стратегического потенциала компании.
   1.3. SWOT-анализ.
2. Экономическая стратегия фирмы.
   2.1. Иерархия стратегий организации.
   2.2. Характеристика действующей корпоративной и конкурентной стратегии фирмы.
   2.3. Характеристика стратегий управления персоналом и их роль в реализации экономической стратегии фирмы.
4. Анализ кадрового потенциала компании.
   4.1. Характеристика действующей организационной структуры управления.
   4.2. Характеристика численно-квалификационного состава компании.
   4.3. Характеристика действующего мотивационного механизма компании.
5. Совершенствование стратегии управления персоналом компании.
   5.1. Разработка мероприятий по изменению численно-квалификационного состава работающих в соответствии с выбранной корпоративной и конкурентной стратегией фирмы.
   5.2. Совершенствование системы оплаты труда с целью реализации конкурентной стратегии компании.
   5.3. Совершенствование организационной структуры управления для реализации корпоративной стратегии роста организации.
6. Оценка предлагаемых мероприятий с позиций управления изменениями в организациями.

Заключение

Литература

6. ЛИТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Актуальный стратегический менеджмент: учебно-практическое пособие / С. А. Попов. - Москва: Юрайт, 2010. - 448 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб: Питер Ком, 1999. – 416 с.
4. Баранчеев В.П. Стратегический менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 456 с.
1. Бовыкин В.И. Новый менеджмент: управление предприятиями на уровне высших стандартов; теория и практика эффективного управления. – М.: Экономика, 1997. – 368 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. -М.: Гардарика, 1998. – 296 с.
3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Человек, стратегия, организация, процесс: Учебник для экономических спец. вузов. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 416 с.
4. Градов А.П. Стратегия и практика антикризисного управления фирмой. – М.: Специальная литература, 1996. – 510 с.
5. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. – СПб: Издательство «Питер», 1999. – 560 с.
6. Забелин П.В. Основы стратегического управления. – М.: Маркетинг, 1997. – 195 с.
7. Клейнер Г.Б. и др. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. – М.: Экономика, 1997. – 288 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 576 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/Пер. с англ. – СПб: Издательство «Питер», 1999. – 896 с.
10. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией. Учебник для ВУЗов. – М.: Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
11. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг (Европейская перспектива). Пер. с франц. –С.-П., Наука, 1996. – 589 с.
12. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999. – 288 с.
13. Организация и управление деятельностью бурового предприятия в условиях сервисного обслуживания. Учебное пособие для вузов. – 2 изд. переработанное и доп. / Л. Н. Руднева, М. А. Гурьева, О.В. Руденок. – Тюмень: ТИУ, 2019. – 196 с.

14. Портер Майкл, Э. Конкуренция.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
15. Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках//Российские вести. – 1997, 6 февраля. – с. 5-7.
16. Райан Б. Стратегический учёт для руководителя/Пер. с англ. под ред. В.А. Микрюкова. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 616 с.
17. Рэпп С., Коллинз Т.Л. Новый максимаркетинг: Пер с англ. – Челябинск: «Урал LTD», 1997. – 535 с.
18. Руднева Л.Н. Резервы снижения стоимости строительства нефтяных и газовых скважин: учебное пособие / Л.Н. Руднева. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2012. – 72 с.
19. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А. Д. Воронин, А. В. Королев. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 176 с.
20. Стратегический менеджмент: учебник по специальности «Менеджмент организации»/ под ред. А.Н. Петрова. – Москва: ПИТЕР, 2007. – 496 с.
21. Стратегический менеджмент и бизнес-планирование : учебник / В. В. Пленкина, Н. Н. Шилова, О. В. Ленкова, С. В. Фролова ; ТИУ. - Тюмень: ТИУ, 2019. - 205 с.
22. Стратегическое планирование /Под ред. Уткина Э.А. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС, 1998. – 440 с.
23. Стратегическое планирование : учебное пособие / О. А. Ушакова, О. А. Иневатова, С. А. Дедеева. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 258 с.
24. Стратегическое планирование нефтегазового производства: учебное пособие / Е. В. Курушина, О. В. Ямова, И. В. Дружинина, О. В. Тарасова. – Тюмень: ТИУ, 2020. – 128 с.
25. Стратегическое планирование и управление: Учебное пособие/Под ред. А.Н. Петрова. – Санкт-Петербург: СПбУЭФ, 1997. – 146 с.
26. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учеб. для вузов/Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.Н. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
27. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. – 2-е изд., доп. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1998. – 416 с.
28. Шанк Джон К., Виджей Говиндаржан. Стратегическое управление затратами/Пер. с англ. СПб: ЗАО «Бизнес Микро», 1999. 288 с.
29. Экономическая стратегия фирмы. Учеб. пособие/Под ред. Градова А.П., - 2-е изд., испр. и доп. -СПб: Специальная литература, 1999. – 589 с.
30. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. – М.: Изд-во «АКАЛИС», 1996. – 272 с.

Приложение

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИЕТ»
Институт сервиса и отраслевого управления

Кафедра экономики и
организации производства

Курсовой проект

по стратегическому анализу и планированию на тему:
«_____»

Выполнил: студент гр.
ФИО

Руководитель:
к.э.н., доцент Курушина Е.В.

Тюмень
ТИУ
2025