

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАТЕМАТИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
**МЕТОДЫ И МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
УПРАВЛЕНИЯ**

Направление и направленность (профиль)

38.03.05 Бизнес-информатика. Бизнес-аналитика

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Методы и модели стратегического управления» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (утв. приказом Минобрнауки России от 11.08.2016г. №1002) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Греско А.А., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра математики и моделирования, Aleksandr.Gresko@vvsu.ru

Солодухин К.С., доктор экономических наук, профессор, Кафедра математики и моделирования, Konstantin.Solodukhin@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры математики и моделирования от 18.05.2023 ,
протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)
Мазелис Л.С.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575656200
Номер транзакции	0000000000BB46F4
Владелец	Мазелис Л.С.

Заведующий кафедрой (выпускающей)
Мазелис Л.С.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575656200
Номер транзакции	0000000000BB46F5
Владелец	Мазелис Л.С.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Методы и модели стратегического управления» является ознакомление студентов с основными моделями и методами стратегического управления и формирование у студентов практических навыков их использования с четкой привязкой к концепциям стратегического управления и пониманию конкурентных преимуществ в рамках данных концепций.

Задачи освоения дисциплины: изучение моделей и методов в рамках основных концепций стратегического управления, формирование практических навыков их использования, а также умения разрабатывать и оценивать варианты стратегических управленческих решений.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.05 «Бизнес-информатика» (Б-БИ)	ПК-1	Проведение анализа архитектуры предприятия	Умения:	анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации
			Умения:	анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами
			Навыки:	выявления, сбора и анализа информации для формирования возможных решений
	ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность; готов к ответственному и целеустремленному решению поставленных профессиональных задач во взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами	Знания:	основных концепций стратегического менеджмента
			Умения:	проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев
			Умения:	разрабатывать стратегические решения
			Навыки:	анализа решений с точки зрения достижения целевых показателей

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Методы и модели стратегического управления» относится к базовой части «Блока 1 Дисциплины (модули)» учебного плана направления «Бизнес-информатика». Междисциплинарность теории стратегического управления предполагает использование потенциалов различных наук об организациях и конкуренции: экономической теории, социологии, психологии, политологии.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Менеджмент», «Основы теории управления». На данную дисциплину опираются «Производственная преддипломная практика».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.05 Бизнес- информатика	ОФО	Бл1.Б	8	6	25	12	12	0	1	0	191	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Основные современные концепции стратегического управления.	1	1	0	24	экспресс-контрольная, устный опрос, групповая дискуссия, творческое задание
2	Анализ значимости заинтересованных сторон организации	1	1	0	13	экспресс-контрольная, устный опрос, групповая дискуссия, творческое задание
3	Анализ эффективности организации	1	1	0	24	экспресс-контрольная, устный опрос, групповая дискуссия, творческое задание
4	Источники конкурентных преимуществ организации	1	1	0	15	экспресс-контрольная, устный опрос, групповая дискуссия, творческое задание

5	Методы анализа внутренней среды	1	1	0	13	экспресс-контрольная, устный опрос, творческое задание
6	Методы анализа внешней среды	1	1	0	13	экспресс-контрольная, устный опрос, творческое задание
7	Анализ конкурентного потенциала организации	1	1	0	13	экспресс-контрольная, устный опрос, творческое задание
8	Анализ компетенций	1	1	0	13	экспресс-контрольная, устный опрос, творческое задание
9	Анализ отношений организации с заинтересованными сторонами	1	1	0	13	устный опрос, творческое задание
10	Стратегии взаимодействия организации с заинтересованными сторонами	1	1	0	13	устный опрос, творческое задание
11	Разработка стратегии на основе «Системы сбалансированных показателей»	1	1	0	13	устный опрос, групповая дискуссия, творческое задание
12	Моделирование поля принятия стратегических решений	1	1	0	24	устный опрос, групповая дискуссия, творческое задание
Итого по таблице		12	12	0	191	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Основные современные концепции стратегического управления.

Содержание темы: Предметное поле теории стратегического управления. Эволюция проблем и методов стратегического управления. Специфичные понятия теории стратегического управления. Отраслевая, ресурсная, «отношенческая» концепции, концепция динамических способностей. Теория заинтересованных сторон. Сравнительный анализ основных современных концепций стратегического управления.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, подготовка к групповой дискуссии, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 2 Анализ значимости заинтересованных сторон организации.

Содержание темы: Стратегические цели организации как ядро стратегического процесса. Соотношение целей организации и целей стейкхолдеров. Подходы к оценке важности стейкхолдеров организации. Модель оценки значимости заинтересованных сторон и их запросов. Определение значимости заинтересованных сторон и их запросов для конкретных организаций. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, подготовка к групповой дискуссии, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 3 Анализ эффективности организации.

Содержание темы: Управление организацией как социально–экономической системой. Понятие эффективности экономической системы. Эффективность и цели системы,

целевая эффективность. Технологическая (ресурсная) эффективность. Внутренняя эффективность. Дихотомия «результативность–эффективность» Ч. Барнарда. Показатели эффективности стейкхолдер–организации и методы их расчета. Расчет показателей эффективности для конкретных организаций. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, подготовка к групповой дискуссии, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 4 Источники конкурентных преимуществ организации.

Содержание темы: Ресурсы, способности, компетенции. Ключевые компетенции. Динамические способности. Ренты и квазиренты. Конкурентоспособность организации. Конкурентоспособность стейкхолдер–организации. Конкурентные преимущества. Конкурентный потенциал. Дискуссия на темы: соотношение стратегического и конкурентного потенциалов организации; соотношение элементов конкурентного потенциала организации; механизм действия динамических способностей в организациях, находящихся на разных этапах жизненного цикла. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, подготовка к групповой дискуссии, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 5 Методы анализа внутренней среды.

Содержание темы: Базовая схема (технология) анализа внутренней и внешней среды организации. Модифицированный SWOT–анализ стейкхолдер–организации. Анализ характеристик корпоративного профиля организации, определение сильных и слабых сторон. Оценки конкурентного потенциала организации по отношению к каждой группе заинтересованных сторон. Интегральная оценка конкурентного потенциала организации. Применение методов анализа внутренней среды для конкретных организаций. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 6 Методы анализа внешней среды.

Содержание темы: STEEP–анализ. Определение возможностей и угроз. Оценки благоприятности внешней среды по отношению к каждой группе заинтересованных сторон. Интегральная оценка благоприятности внешней среды. Сопоставительные SWOT–матрицы. Итоговая (сводная) сопоставительная SWOT–матрица и ее анализ. Динамические оценки конкурентного потенциала организации по отношению к каждой группе заинтересованных сторон. Интегральная динамическая оценка конкурентного потенциала. Стратегическая матрица организации и оценка среды ее функционирования. Применение методов анализа внешней среды для конкретных организаций. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 7 Анализ конкурентного потенциала организации.

Содержание темы: Устойчивость конкурентного преимущества. Потенциал ресурсов и способностей организации как источников конкурентных преимуществ. Модель VRIO Дж. Барни. Модифицированный VRIO–анализ стейкхолдер–организации. Определение потенциалов ресурсов и способностей конкретных организаций как источников конкурентных преимуществ с использованием модифицированной модели VRIO. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 8 Анализ компетенций.

Содержание темы: Последовательность анализа компетенций стейкхолдер–организации. Выявление и ранжирование компетенций. Определение развитости компетенций. Проверка компетенций на сложность имитации. Методы выявления и анализа компетенций организации. Определение ключевых компетенций конкретных организаций. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к экспресс-контрольной, подготовка к устному опросу, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 9 Анализ отношений организации с заинтересованными сторонами.

Содержание темы: Системы, факторы и характеристики отношений организации с заинтересованными сторонами. Инструменты (параметры) влияния для различных типов институциональных соглашений. Методы расчета характеристик отношений организации с заинтересованными сторонами. Применение методов расчета характеристик отношений конкретных организаций с заинтересованными сторонами. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к устному опросу, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 10 Стратегии взаимодействия организации с заинтересованными сторонами.

Содержание темы: Реактивные и проактивные стратегии. Типы стратегий взаимодействия. Соответствие типов стратегий взаимодействия организации с заинтересованными сторонами и характеристик отношений между ними. Методика определения целесообразности применения стратегий взаимодействия различных типов к каждой группе заинтересованных сторон. Определение целесообразности применения стратегий взаимодействия различных типов к каждой группе заинтересованных сторон некоторой организации. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к устному опросу, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 11 Разработка стратегии на основе «Системы сбалансированных показателей».

Содержание темы: «Система сбалансированных показателей» Д. Нортон и Р.

Каплана как концепция критериев оценки результатов организации и как инструмент комплексного воплощения стратегии организации. Карты целей, результирующие и формирующие показатели, вертикальная и горизонтальная сбалансированность, декомпозиция, стратегические мероприятия. Опыт и особенности применения «Системы сбалансированных показателей» в неприбыльных организациях и государственных учреждениях. Модификация «Системы сбалансированных показателей» для стейкхолдер-организаций. Ранжирование элементов стратегии при постановке системы сбалансированных показателей. Разработка и балансировка карты целей некоторой организации по «Системе сбалансированных показателей».

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к устному опросу, подготовка к групповой дискуссии, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

Тема 12 Моделирование поля принятия стратегических решений.

Содержание темы: Формализация «Системы сбалансированных показателей», обеспечивающая увязку степени достижения каждой стратегической цели с затраченными ресурсами и изменением текущей экономической эффективности организации. «Стратегические» и «экономические» критерии. Модели справедливого компромисса. Имитационные и оптимизационные многокритериальные экономико-математические модели для поддержки процессов принятия стратегических решений. Проблемы практического использования моделей поддержки принятия стратегических решений и способы их преодоления. Формализация карты целей некоторой организации. Применение моделей поддержки принятия стратегических решений.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: стандартная, метод кооперативного обучения.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к устному опросу, подготовка к групповой дискуссии, сбор материала по теме творческого задания, выполнение творческой работы (проекта).

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

Рекомендации по изучению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекционных и практических занятиях, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к экспресс-контрольным, устным опросам, групповым дискуссиям, выполнение творческих заданий и творческой работы (проекта).

Методические рекомендации по обеспечению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студента включает следующие виды, выполняемые в соответствии с ФГОС ВО и рабочим учебным планом:

- аудиторная самостоятельная работа студента под руководством и контролем преподавателя. 1. Экспресс-контрольные (вопросы по каждой теме представлены в ФОС). 2. Устные опросы (вопросы по каждой теме представлены в ФОС). 3. Групповые дискуссии (темы и формат проведения групповой дискуссии представлены в ФОС). 4. Представление результатов творческих заданий (темы представлены в ФОС);
- внеаудиторная самостоятельная работа студента под руководством и контролем преподавателя: работа с рекомендуемой литературой, подготовка к устным опросам и

экспресс-контрольным, подготовка к групповым дискуссиям, выполнение творческих заданий и творческой работы (проекта).

Контроль успеваемости осуществляется в соответствии с рейтинговой системой оценки знаний студентов. Распределение баллов доводится до студентов в начале семестра. Оценка по дисциплине определяется по 100-бальной шкале как сумма баллов, набранных студентом в результате работы в семестре. Выполнение заданий, оцениваемых средствами текущего контроля (экспресс-контрольные № 1-2, устные опросы № 1-6, групповые дискуссии № 1-3, творческие задания № 1-4), может принести студенту максимум 80 баллов. Еще максимум 20 баллов студент может получить, выполняя задания, относящиеся к промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация состоит в выполнении в течение всего семестра в рамках СРС творческой работы (проекта). По окончании проекта студенты высылают его результаты преподавателю для оценивания.

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Дудин, М. Н., Стратегический менеджмент : учебное пособие / М. Н. Дудин, Н. В. Лясников. — Москва : КноРус, 2022. — 254 с. — ISBN 978-5-406-09065-7. — URL: <https://book.ru/book/942436> (дата обращения: 26.02.2024). — Текст : электронный.

2. Парахина, В. Н., Стратегический менеджмент : учебник / В. Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко, О. А. Борис. — Москва : КноРус, 2021. — 496 с. — ISBN 978-5-406-05408-6. — URL: <https://book.ru/book/949813> (дата обращения: 26.02.2024). — Текст : электронный.

3. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05140-7. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512356> (дата обращения: 27.02.2024).

8.2 Дополнительная литература

1. Воронин, А. Д. Стратегический менеджмент : учебник / А. Д. Воронин, А. В. Королев. - Минск : Вышэйшая школа, 2022. - 272 с. - ISBN 978-985-06-3409-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2131518> (дата обращения: 26.02.2024).

2. Стратегическое управление : учебник / под ред. И. К. Ларионова. - 6-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 234 с. - ISBN 978-5-394-05325-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084465> (дата обращения: 26.02.2024).

8.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Научная электронная библиотека – <https://elibrary.ru/>
2. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
3. СПС КонсультантПлюс - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
4. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
5. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
6. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prilib.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

- Монитор облачный 23" LG23CAV42K/мышь Genius Optical Wheel проводная/клавиатура Genius KB110 проводная
- Облачный монитор 23" LG CAV42K
- Облачный монитор LG Electronics черный +клавиатура+мышь
- Проектор Casio XJ-V1
- Усилитель-распределитель VGA/XGA Kramer VP-200

Программное обеспечение:

- Microsoft Office Professional Plus 2016

10. Словарь основных терминов

Абстрагирование – мысленное отвлечение от второстепенных свойств и качеств предмета с целью выделения его существенных свойств; результатом процесса абстрагирования является абстракция.

Агрегирование – объединение, суммирование однородных показателей с целью получения обобщенных величин.

Адаптация – приспособление к условиям ситуации, обстановке.

Алгоритм – точное предписание о выполнении в определенном порядке некоторой системы операций, ведущих к решению всех задач данного типа.

Альтернатива – вариант решения проблемы, задачи или задания, который отличается от первоначально предложенного, принятого или реализованного.

Анализ внешней среды – процесс, посредством которого организация оценивает внешние по отношению к организации факторы.

Анализ внутренней среды – процесс, при помощи которого осуществляется оценка потенциала организации.

Анализ данных – 1. Совокупность действий, осуществляемых исследователем в процессе изучения, полученных тем или иным образом данных с целью формирования определенного представления о характере явления, описываемого этими данными. 2. Процесс изучения статистических данных с помощью математических методов, не предполагающих вероятностной модели изучаемого явления.

Анализ и синтез – процессы мысленного или фактического разложения целого на составные части и воссоединения целого из частей. Заключается в мысленном расчленении объекта на составные части и является методом получения новых знаний. Позволяет выявить строение исследуемого объекта, его структуру; расчленение сложного явления на более простые элементы позволяет отделить существенное от несущественного, сложное свести к простому

Аналогия – метод, использующий аналог; вывод о наличии какого-либо признака у исследуемого объекта при таком методе делается на основе сходства, существующего в других признаках.

Анкета – методическое средство для получения первичной информации, оформляемое в виде системы вопросов, логически связанных с задачей исследования.

Антагонизм – непримиримое противоречие.

Аргумент – в логике – суждение, приводимое для обоснования чего-либо, посылка доказательства.

Аргументация – способ доказательства, подтверждения истинности суждения или обоснование своей позиции и требований в ситуации противоречия на основе логических рассуждений, подкрепленных фактами, ссылками на правовые нормы или авторитетное мнение.

Асимметричное решение – решение проблемы в отношениях оппонентов, при котором полностью или почти полностью реализуются интересы только одной стороны.

Бизнес – дело, занятие, приносящее доход; предпринимательская или коммерческая деятельность, вид деятельности, направление деятельности фирмы.

Благо – предмет или явление, имеющие определенную ценность для человека и удовлетворяющие его материальную или духовную потребность.

Вертикальная интеграция – стратегия интегрированного роста, когда положение фирмы внутри отрасли изменяется за счет расширения путем добавления новых структур.

Внутренняя эффективность – способность находить правильные пути достижения поставленной цели, характеризуется минимизацией используемых ресурсов в рамках данной системы (издержками производства) при условии безусловного достижения заданной цели.

Взаимодействие – процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь.

Взаимосодействие элементов системы – их взаимодействие в условиях специального и целенаправленного ограничения степеней свободы (*В.А. Карташев*).

Видение – это картина того, о чем можно мечтать, состояние организации, которое может быть достигнуто в отдаленном будущем при самых благоприятных условиях.

Виртуальная организация – высшая форма сети делового сотрудничества, включающая базовый вид бизнеса, его поставщиков и потребителей, деятельность которых интегрируется и координируется с помощью информационной и телекоммуникационной технологий.

Внешняя среда отрасли – факторы, условия, силы и субъекты, влияющие на ситуацию

в отрасли извне.

Внешние эффекты (экстерналии) – все не планировавшиеся (не принимавшиеся в расчет) последствия целенаправленного действия (результата принятия решений), независимо от того, осуществлялось это действие в соответствии с каким-то контрактом или «односторонним» образом.

Входные барьеры – факторы, препятствующие проникновению на рынок новых конкурентов.

Выходные барьеры – факторы, препятствующие уходу фирм с рынка.

Горизонт прогнозирования – максимально возможная временная граница прогноза, после которой прогноз становится неопределенным и теряет всякий смысл.

Государство – политический институт, основанный на публичной власти правящей элиты или класса; вместе с тем в большинстве случаев представляет собой инструмент достижения консенсуса для своих граждан; государство соединяет в себе функцию общественного договора и аппарата насилия.

Движущие силы – основные причины, приводящие к изменению условий конкуренции и ситуации в отрасли в целом.

Дедуктивный метод в экономическом познании – метод исследования экономической действительности, основанный на применении экономической дедукции; включает в себя выведение доказательных следствий (как эмпирических, так и теоретических) из уже обоснованных экономических аксиом, правил и принципов.

Дедукция – рассуждение от общего как частному; выведение из общего принципа частных следствий.

Диверсификация – процесс проникновения фирмы в другие отрасли производства.

Дивизиональная структура – объединение хозяйственно самостоятельных отделений фирмы под властью центрального руководства.

Динамические способности – потенциал организации в распознавании новых возможностей, появляющихся в быстро меняющейся среде, и их использовании путем интегрирования, создания и реконфигурации компетенций.

Дискретная институциональная альтернатива – совокупность правил для упорядочения взаимодействий фирмы с группами и индивидами.

Дихотомия – способ образования взаимоисключающих подразделов одного понятия или термина, служит для образования классификации элементов.

Доход на активы – чистый доход с затратами на выплату процентов, представленный в виде процентного отношения к общим активам предприятия.

Доход на акцию – отношение чистой прибыли, уменьшенной на величину дивидендов по привилегированным акциям, к количеству обыкновенных акций, находящихся в обороте.

Доход на долю собственников – чистый доход, представленный в виде чистого отношения к доле собственника.

Емкость рынка – количество товаров, на которое на рынке имеется платежеспособный спрос и которое покупатели могут и готовы приобрести за определенный срок и при данных условиях.

Емкость рынка с позиции покупателя (спроса) – реальный объем потребления и реализации товаров, услуг, который базируется на потребительском принципе, на определении количества платежеспособных покупателей и прогнозе среднего уровня их потребления.

Знание – идеальное выражение в знаковой форме объективных связей, свойств и отношений материального и природного мира; одним из разновидностей знания является экономическое знание.

Идеология – совокупность идей, определенная система утверждений относительно социальных (в первую очередь политических и экономических) фактов и явлений; идеология выражает групповые (общественные) интересы и придает смысл действующим на социальной сцене индивидам и группам.

Имидж – образ, репутация, мнение широкой публики, потребителей и клиентов о

престиже предприятия, его товарах и услугах.

Индекс – относительный показатель, который измеряет динамику экономических процессов сравнительно с уровнем, принятым как базисный уровень.

Индуктивный метод в экономической науке – метод, основанный на применении экономической индукции; состоит в выведении общих принципов экономического знания из частных принципов или фактов; особенно широко применяется в сочетании с вероятностным анализом.

Индукция – рассуждение от частного к общему; выведение общих принципов из частных.

Инкрементный – плавный, перетекающий, тесно соединяющий фазу прошлого и настоящего.

Инновационная деятельность – деятельность по созданию, освоению, распространению и использованию инноваций. Инновационная деятельность может быть представлена как совокупность инновационных процессов (видов инновационной деятельности).

Инновационное развитие – объединение инновационных процессов организации.

Инновационные процессы – освоение нового продукта или качественное изменение в существующем продукте; освоение новых методов производства и распределения продукта; освоение новых рынков сбыта; развитие новых источников снабжения факторами производства; развитие новых форм кадровой работы; внедрение новых методов и стандартов управления; реализация новых или измененных стратегических ориентиров; реализация новых источников (схем) получения финансовых ресурсов; реализация новых методов учета и использования финансовых ресурсов; реализация новых форм (способов) взаимодействия со стейкхолдерами. Таким образом, *инновационный процесс* связан с созданием, освоением и распространением инноваций. Результатом инновационного процесса является инновация как реализованное использованное изменение.

Инновационный климат – состояние внешней и внутренней среды организации, которая содействует или противодействует достижению инновационных целей.

Инновационный менеджмент — взаимосвязанный комплекс действий, нацеленный на достижение или поддержание необходимого уровня жизнеспособности и конкурентоспособности организации с помощью механизмов управления инновационными процессами. *Объектами инновационного менеджмента* являются инновация и инновационный процесс.

Инновационный потенциал – совокупность ресурсов организации, необходимых для осуществления инновационной деятельности (реализации инновационной стратегии).

Инновация – «принятие идеи или образа действий (системы, программы, устройства, процесса, продукта или услуги), которые оказываются новыми для принимающей организации» (*И.Б. Гурков*) Инновации могут подразделяться на производственные (технологические) и управленческие (административные); продуктовые и процессные; радикальные (базисные) и инкрементальные (улучшающие).

Институты – «относительно устойчивые к изменению поведения или интересов отдельных субъектов и их групп, а также продолжающие действовать в течение значимого периода времени формальные и неформальные нормы либо системы норм, регулирующие принятие решений, деятельность и взаимодействие социально-экономических субъектов (физических и юридических лиц, организаций) и их групп» (*Г.Б. Клейнер*).

Интерес – что-то объективно значимое для субъекта, решающий фактор мотивации его поведения.

Капитал – ресурс, приносящий процент, доход; выделяют следующие виды капитала: финансовый, вещественный, человеческий, социальный, интеллектуальный и т.п.

Качественный метод в экономическом исследовании – экономический метод, где операции измерения практически не используются, а основное внимание сосредоточено на словесном описании, интерпретации, истолковании и объяснении свойств изучаемого экономического объекта; главной целью при этом является достижение понимания сущности

исследуемых свойств (качеств), а также необходимая логическая (рациональная) интерпретация их.

Качество – «совокупность свойств объекта, обуславливающих его способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его предназначением» (*Л.И. Лопатников*).

Ключевая компетенция – компетенция высшего порядка, участвующая в создании наибольшей потребительной стоимости, являющаяся коллективным знанием, позволяющим организовывать и управлять использованием других компетенций и способностей, тем самым создающим дополнительную потребительную стоимость (*В.С. Ефремов, И.А. Ханыков*).

Ключевые факторы успеха – факторы внешней и внутренней организационной среды, которым фирмы должны уделять особое внимание, так как они в большей степени определяют успех фирмы на рынке, ее конкурентные возможности, непосредственно влияющие на прибыль.

Количественный метод в экономическом исследовании – метод, базирующийся на использовании в экономическом исследовании измеряемых величин, как правило, выраженных в виде чисел; основу такого метода составляет операция (процедура) измерения.

Компромисс – стратегия поведения субъектов в переговорах, ориентированная на определенные взаимные уступки.

Концепция – система взглядов на процессы и явления в природе и обществе.

Концепция инновационного университета – система взглядов на отличительные особенности инновационных университетов (в том числе, миссию и видение), тенденции их развития, виды деятельности, требования к оргструктуре, методы управления, принципы трансформации традиционных вузов в университеты инновационного типа.

Конкурентные преимущества стейкхолдер-организации – способность получения необходимых (для достижения стратегических целей организации) ресурсов за счет лучшего (по сравнению с конкурентами) удовлетворения интересов стейкхолдеров. Факт получения этих ресурсов может быть отражен определенными показателями.

Конкурентный потенциал – совокупность источников конкурентных преимуществ.

Конкурентоспособность организации – это ее способность достигать стратегических целей в условиях конкурентной борьбы (противодействия конкурентов).

Конкурентоспособность стейкхолдер-организации – это ее способность достигать необходимого уровня результативности и эффективности (в смысле Барнарда) в условиях конкурентной борьбы (противодействия конкурентов).

Конкуренция – 1. наличие на рынке большого числа независимых агентов и возможность для агентов свободно вступать на рынок и покидать его. 2. соперничество товаров и услуг по качеству, цене и сервису.

Консенсус – общее согласие по спорному вопросу; соглашение, которое устраивает обе конфликтующие стороны на основе взаимных уступок.

Конфликты интересов – это ситуации, затрагивающие интересы участников, которые оказываются несовместимыми или противоречащими друг другу.

Конфронтация – противоборство, противопоставление различных мнений, интересов, целей.

Компетенция – «особого свойства информационный ресурс, содержащий опыт, знания и навыки о способе организации и управления ресурсами и бизнес-процессами (способностями организации) для достижения поставленных целей, носителем которого индивидуально или коллективно являются работники» (*В.С. Ефремов, И.А. Ханыков*).

Корпоративная стратегия – общее направление развития диверсифицированной организации в целом.

Кривая опыта (обучения) – графическое отображение закона опыта, который гласит: «Издержки на единицу продукции при получении добавленной стоимости применительно к стандартному товару, измеренные в постоянных денежных единицах, уменьшаются на фиксированный процент при каждом удвоении продукции».

Логика – учение о правильных формах мышления; основные типы логики – формальная, математическая, диалектическая (основанная на учении немецкого философа XIX в. Г.В.Ф. Гегеля).

Матричная структура – форма организации, которая предполагает наличие двух (или более) ветвей власти, например «функция–проект», и их включение в общую организационную схему управления.

Метод – способ исследования, подход к изучаемому явлению.

Методология – совокупность общих правил, принципов и методов, которые используются в научном исследовании в той или иной области науки.

Метод экономических исследований – способ достижения экономического знания, основанный на каких-либо устойчивых правилах.

Микроэкономика – раздел экономической науки, исследующий законы локальных экономических институтов: фирм, домашних хозяйств и т.п.

Миссия – основная общая цель организации, четко выраженная причина ее существования, ее предназначение.

Модель системы – некоторый гомоморфный образ системы, упрощенное отображение действительности.

Некоммерческая организация – организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

Норма – «правило, предписание или образец, адресованные в силу традиции, обычая или указаний соответствующих лиц, или органов конкретному или неопределенному множеству агентов и определяющие характеристики восприятия, интерпретации или использования социально-экономической информации для принятия решений, поведения и формирования отношений в обществе» (Г.Б. Клейнер).

Операционная стратегия – стратегия оперативных единиц, ежедневно решающих конкретные задачи (управление запасами, производственные операции, закупка сырья, транспортировка и т. п.).

Организация – целевое объединение ресурсов.

Организационная культура – неформальная подсистема, которая определяется системой ценностей организации, этическими нормами, традициями, формой коммуникации, стилем работы.

Отрасль – в стратегическом управлении – совокупность всех продавцов какого-либо продукта или производителей, предлагающих какой-либо продукт или группу продуктов, полностью заменяющих друг друга.

Партисипативная организация – организация, построенная на заинтересованном участии работников в управлении.

Переговоры – совместная деятельность оппонентов по поиску взаимоприемлемого решения проблемы. Переговоры могут проводиться с участием третьей стороны.

Политика – как элемент реализации стратегии организации представляет собой общее руководство для действий и принятия решений.

Понятие – выделение предметов определенного класса по их специфическим признакам из другого, более широкого класса; мысль или слово, фиксирующие определенную группу предметов.

Посредник – третья сторона в переговорном процессе по поводу конфликта, обеспечивающая конструктивное обсуждение проблемы.

Посредничество – особая форма участия третьей стороны в урегулировании и разрешении конфликта с целью оказания содействия процессу переговоров между участниками конфликта.

Потребность – состояние неудовлетворенности, нужды в чем-то, желания что-то иметь.

Правило – описание того, что должно быть сделано в специфической единичной ситуации.

Предмет конфликта – объективно существующая или мыслимая (воображаемая) проблема, служащая источником раздора между сторонами; основное противоречие, из-за которого возник конфликт.

Предмет теории стратегического управления – состоит в выяснении источников и механизмов создания устойчивых конкурентных преимуществ организаций, обеспечивающих им присвоение экономических выгод (рент), недоступных соперникам (*В.С. Катькало*).

Претензия – притязание, заявление права на обладание чем-либо.

Проактивная стратегия – стратегия на основе целенаправленных действий.

Проблема – задача, преграда, трудность, объективно (в психологии – субъективно) возникающая в ходе развития, познания в теоретической или практической деятельности.

Проблемная ситуация – содержащее противоречие и не имеющее однозначного решения соотношение обстоятельств и условий.

Прогнозирование – получение научными методами картины будущего.

Процедура – последовательность всех операций, общая система действий и способов организации исследования.

Развитие – необратимые качественные изменения какой-либо материальной системы; развитие имеет две основных формы – прогресс и регресс.

Реактивная стратегия – стратегия на основе адаптивной реакции на возникшую ситуацию.

Реактивное управление – реагирование на изменения во внешней среде с запозданием по отношению к их возникновению, когда преследуется цель избежать стратегических мер решения возникшей проблемы.

Режим собственности – «совокупность прав (и задающих их правил), определяющих условия доступа к тому или иному ресурсу и порядок выбора вариантов его использования, а также порядок изменения тех и других». Режим собственности устанавливает, кто и при каких условиях имеет исключительные права собственности, т.е. возможность исключить других индивидов из доступа к ресурсу. Различие режимов собственности связано в современной экономической теории в первую очередь с вопросами эффективности использования ресурсов (*В.Л. Тамбовцев*).

Результативность стейкхолдер-организации – степень достижения ее целей в результате деятельности как системы всех стейкхолдеров. Показатель результативности позволяет судить о соответствии ресурсной базы организации ее целям.

Ресурсы (ресурсные компоненты) – «ценные факторы производства» (*М.А. Петров*) (в узком смысле); «все элементы реального (а, зачастую, и духовного) мира, которые фирмы пытаются использовать для достижения целей» (*И.Б. Гурков*).

Рынок – 1. в экономике особый тип ведения хозяйства, связанный с обособлением производителей друг от друга и свободным обменом товаров между ними, а также свободным установлением цен на эти товары. 2. в стратегическом управлении – совокупность существующих или потенциальных продавцов и покупателей каких-то продуктов.

Рыночная ниша – сфера деятельности фирмы, ограниченная по масштабам, с резко очерченным числом потребителей.

Рыночная стоимость – наиболее вероятная цена, по которой объект оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на цене сделки не отра-

жаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства.

Рыночная цена – средняя цена, по которой можно приобрести товар на определенном рынке, или средняя цена осуществления сделок по определенному товару в конкретный период времени.

Сбалансированная система показателей – это современная управленческая концепция, позволяющая перевести сформулированную стратегию в действие, т. е. увязать стратегию с оперативным менеджментом организации.

Сбалансированность – состояние, в котором ни у организации, ни у заинтересованной стороны не возникает желания изменять сложившиеся отношения, т.е. когда обе стороны считают приемлемым сложившееся соотношение получаемых из их отношений квазиуровней с учетом ожиданий и возможностей влияния в отношении друг друга.

Свойство – существенный признак, качество, отличающее одну организацию от другой; отличительная особенность, черта.

Сегментирование рынка по потребителям – группировка потребителей по существенно важным характеристикам.

Сетевая форма организации – средоточие фирм или специализированных единиц вокруг одного вида бизнеса, координируемых рыночным механизмом вместо командных методов.

Сетевое предприятие – форма организации, где рыночные отношения перенесены внутрь компании.

Синергические (синергетические) связи – связи, возникающие при взаимодействии элементов (подсистем) и обеспечивающие увеличение общего эффекта системы до величины большей, чем сумма эффектов этих же элементов (подсистем), действующих независимо.

Сильные сигналы – высокий уровень осведомленности, связанный с очевидной и конкретной информацией, на основе которой фирма может дать оценку их значимости и принять соответствующие меры.

Синтез – 1) метод, противоположный анализу; означает процесс объединения в единое целое разведенных ранее свойств, частей, отношений и т.п.; 2) в философии Гегеля – завершающая часть триады, способ логического соединения тезиса и антитезиса.

Система – 1) «комплекс избирательно вовлеченных компонентов, у которых взаимодействие и взаимоотношение приобретают характер взаимодействия компонентов на получение фокусированного полезного результата» (*П.К. Анохин*); 2) некоторый фрагмент реальности, выделяемый в пространстве и времени («экзогенный» взгляд на систему).

Слабые сигналы – очень низкий уровень осведомленности, который характеризуется неполной информацией о возможных изменениях во внешней среде и связан с ранними и неточными признаками наступления важных событий.

Соглашение – «общепринятый в той или иной ситуации вариант поведения» индивидов. (*А.Н. Олейник*).

Специфические активы – соединенные организацией комбинации факторов производства, которые трудно имитировать.

Способность – бизнес-процесс любого уровня – некая процедура, организация и управление которой с привлечением необходимых ресурсов позволяет получить из исходного объекта определенный результат.

Стейкхолдер-организация – организация, условием существования которой является способность устанавливать и поддерживать отношения с широким кругом заинтересованных сторон.

Стейкхолдеры (заинтересованные стороны) – «любые индивиды, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения и/или оказываемые под воздействием этих решений (которые могут повлиять или на которых влияет достижение целей организации)» (*Р.Э. Фримен*); «индивиды, группы индивидов и организации, являющихся потребителями (получателями) позитивных и негативных контактных и внешних эффектов от деятельности фирмы и способные влиять на эту деятельность» (*В.Л. Тамбовцев*); «не просто «группы и лица», затрагиваемые деятельностью

фирмы, а «вкладчики» определенного типа ресурса» (*И.Б. Гурков*).

Стереотипы поведения и мышления – устойчивые поведенческие и мыслительные действия и реакции людей в стандартных ситуациях.

Стратегическая бизнес–единица (СБЕ) – самостоятельное структурное подразделение диверсифицированной компании, которое имеет ярко выраженную специализацию, определенный круг поставщиков, потребителей и конкурентов.

Стратегический анализ – комплекс методов и инструментов, применяемых для поддержки принятия стратегических решений.

Стратегический менеджмент – система организации функционирования предприятия, основанная на разработке, имплементации (исполнении), реализации и корректировке корпоративной стратегии.

Стратегия – 1) способ реализации стратегических целей; 2) элемент целевого пространства, непосредственно примыкающий к миссии организации; 3) достаточно полный и непротиворечивый комплекс отдельных стратегических решений (*Г.Б. Клейнер*).

Стратегическая рефлексия – сознательные поиски лучших путей достижения стратегических целей.

Стратегические действия – действия, которые, помимо прочего, приводят к существенным изменениям в отношениях фирмы с ее ключевыми стейкхолдерами (*И.Б. Гурков*).

Стратегические ресурсы – ресурсы, объемы и структура которых могут быть существенно изменены лишь путем принятия и реализации соответствующих стратегических решений. В нормальных условиях в качестве стратегических следует рассматривать ресурсы, обеспечивающие достижение предприятием конкурентных преимуществ (*Г.Б. Клейнер*).

Стратегические решения – «решения, которые имеют кардинальное значение для функционирования бизнеса и влекут за собой (при условии их реализации) долговременные и трудноотвратимые последствия» (*Г.Б. Клейнер*).

Стратегические цели – «желательные конечные состояния, которые заданы фирме» (*D. Barry*).

Стратегический (социально-экономический) потенциал – «совокупность находящихся в распоряжении предприятия «стратегических» ресурсов, имеющих определяющее значение для возможностей и границ функционирования предприятия в тех или иных условиях» (*Г.Б. Клейнер*).

Субъективные квазиренты – соотношения квазирент отдельных стейкхолдеров и фирмы, возникающие от поддержания контракта между ними.

Суперстратегические решения – стратегические решения, относящиеся к процессам формирования потенциала развития воспроизводственной базы.

Сценарий экономического прогноза – вариант будущего экономического развития, разработанный в рамках определенной экономической теории или концепции.

Тактика – совокупность методов и средств по выполнению стратегических целей и задач в краткосрочном периоде.

Теория – система основных идей в той или иной отрасли знаний, совокупность умозаключений, отражающая объективно существующие отношения и связи между явлениями объективной реальности.

Технологическая (ресурсная) эффективность – степень интенсивности использования ресурсов с точки зрения соотношения между объемами выпуска различных видов продукции, с одной стороны, и размерами затраченных ресурсов – с другой

Традиция – социальные институты, регулирующие какие-либо отношения и сохраняющиеся в обществе длительное время.

Транзакционные издержки – издержки на подготовку и проведение различных транзакций: соглашений, контрактов, договоров и т. д. Внутренние транзакционные издержки включают в себя затраты на координацию действий различных отделов фирмы при выполнении конкретной работы.

Университет инновационного типа – это образовательная организация, стремящаяся к

организационной индивидуальности, базирующейся на органичной организационной структуре, предпринимательской корпоративной культуре и развитой внутренней конкуренции университета.

Учреждение – некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера.

Факторы производства – «недифференцированные» ресурсы, доступные на рынке.

Функциональная стратегия – стратегия, связанная с определенным функциональным направлением деятельности (производство, снабжение, сбыт и т. п.) внутри одной сферы бизнеса организации.

Целевая эффективность – степень соответствия функционирования исследуемой системы ее целевому назначению, т.е. степень достижения цели.

Целевое (интенциональное) пространство – совокупность представлений стейкхолдеров о желательном состоянии, результатах и эволюции предприятия (*Г.Б. Клейнер*).

Целостность системы – принципиальная несводимость свойств системы к сумме свойств составляющих ее элементов и невыводимость из последних свойств целого; зависимость каждого элемента, его свойств и отношений в системе от его места, функций и т.д. внутри целого. В динамике это означает, что воздействие на один элемент системы (или некоторое их число) обязательно вызывает реакцию других элементов (*динамическая целостность*). Принципиальная несводимость свойств системы к сумме свойств составляющих ее элементов связана с наличием у системы свойств, которые не присущи ее элементам, рассматриваемым отдельно, вне системы. Такие свойства называются *эмерджентными* и являются результатом возникновения между элементами синергических связей (*Л.И. Лопатников*).

Цель – предвосхищение в сознании, мышлении субъекта будущего результата его действий.

Цена – выражение в денежной форме стоимости (ценности) какой-либо вещи или имущества.

Ценности – определенные типы идеальных объектов, оказывающие либо положительное, либо отрицательное воздействие как на отдельного индивида, так и на все человечество; к основным ценностям относят добро, зло, прекрасное, безобразное и т.п.

Центры прибыли – самостоятельные хозяйственные бизнес-единицы, которые несут ответственность за конечный результат своей деятельности – прибыль.

Цепочка ценностей – набор стратегически взаимосвязанных основной и вспомогательной деятельности внутри фирмы, представляющий собой процесс создания добавленной стоимости.

Экономико-математическая модель – «система имеющих экономический смысл математических символов, формул, призванных отразить наиболее существенные черты изучаемого объекта и определить пути его эффективного развития» (*И.П. Суслов*).

Экономическая действительность – все то, что реально существует в хозяйственной жизни, или, говоря иначе, совокупность экономических фактов.

Экономическая информация – любые сведения или данные, касающиеся хозяйственных явлений или процессов.

Экономическая рента – выплаты владельцу фактора производства сверх и помимо тех, которые необходимы для того, чтобы предотвратить перевод фактора в другую сферу его использования. Иными словами, экономической рентой называют платежи владельцу фактора, превышающие его альтернативную ценность. Если какой-либо фактор не имеет альтернативных вариантов использования, его альтернативная ценность равна нулю, а все получаемые владельцем фактора доходы от его использования представляют экономическую ренту. В длительном периоде все факторы, участвующие в производстве, являются переменными, тогда как в коротком периоде объемы использования некоторых из них постоянны. Выплаты владельцу фактора, предложение которого в коротком периоде фиксировано, называют *квазирентой*, т. е. будто бы рентой, поскольку в длительном

периоде, когда все факторы становятся переменными, эти платежи исчезают, тогда как собственно экономическая рента сохраняется и в длительном периоде.

Экономический анализ – 1) мысленное или реальное разложение, разъединение фрагментов экономической реальности на части или элементы; 2) количественное исследование различных способов ведения хозяйственной деятельности, проведенное в соответствии с требованиями экономической теории и методологии.

Экономический оптимум – наилучшее состояние экономической системы среди всех возможных.

Экономический факт – события хозяйственной жизни, непосредственно наблюдаемые и фиксируемые субъектом, наблюдателем; экономическими фактами могут быть любые социальные факты, которые фиксируют те или иные экономические процессы или явления.

Экономический фон – основные условия, тенденции, достижения и недостатки, сложившиеся в экономике.

Экономический эффект – результат экономической деятельности, измеряемый, как правило, разностью между денежным доходом от деятельности и денежными расходами на ее осуществление.

Эффект масштаба – экономическая закономерность, согласно которой единичные издержки производства уменьшаются по мере роста объема выпуска продукции.

Эффективность – «одно из наиболее общих экономических понятий, не имеющих пока, по-видимому, единого общепризнанного определения» (*Л.И. Лопатников*).

Эффективность менеджмента – качество управленческой деятельности, обеспечивающее организации достижение поставленных целей.

Эффективность стейкхолдер-организации – способность реализации заинтересованными сторонами своих целей в ходе достижения целей организации с учетом вклада каждой заинтересованной стороны. Показатель эффективности стейкхолдер-организации свидетельствует о степени достижения целей системы стейкхолдеров.