Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Богдалова Елена Вячеславовна
Должность: Исполняющий обязанности проректора по образовательной деятельности
Дата подписания: 20.06.2024 14:47:43
Уникальный программный ключ:
d8c9010a2424298dd45a7673211823493a115dbe

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 041CD9B1001CAF77894D606F5F479EB1E9
Владелец: Сахарчук Елена Сергеевна
Действителен: с 26.09.2022 до 26.09.2023

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Е.С. Сахарчук
«27» апреля 2022 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент
шифр и наименование направления подготовки

Управление малым бизнесом
направленность (профиль)

Москва 2022

Разработчик: д.э.н., доц. кафедры управления и предпринимательства Шихалиева Д.С.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры управления и предпринимательства

(протокол № 8 от «21» февраля 2022 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ
(протокол № 1 от «27» апреля 2022 г.)

Согласовано:

Представитель работодателя
Или объединения работодателей _____ М.В. Гагарина

Инженер по подготовке кадров, служба профориентации, обучения и развития персонала Московского метрополитена.
(должность, место работы)

«27» апреля 2022г.

Начальник учебно-методического управления
_____ И.Г. Дмитриева
«27» 04 2022 г.

Начальник методического отдела
_____ Д.Е. Гапеенок
«27» 04 2022 г.

Декан факультета
_____ Л.В. Дегтева
«27» 04 2022 г.

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень оценочных средств
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.), предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование результата обучения
ОПК-4- Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. Знает принципы разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций. ОПК-4.2. Умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций. ОПК-4.3. Владеет навыками выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций.
ПК-7- Способен проводить анализ эффективности структуры управления организацией, использовать навыки разработки стратегии организации с целью адаптации ее хозяйственной деятельности и системы управления к изменяющимся в условиях рынка	ПК-7.1. Знает передовой отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности. ПК-7.2. Умеет разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов. ПК-7.3. Владеет навыками анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.

внешним и
внутренним
экономическим
условиям

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ[1]

Таблица 2

№	**Наименование оценочного средства**	**Характеристика оценочного средства**
1	Кейс-задание	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.
2	Опрос	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде ответов обучающихся на задаваемые им вопросы.
3	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, преду-сматривающих ввод обуча-ющимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.

Приведенный перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.

[1] Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине Стратегический менеджмент осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 3.

Таблица 3.

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Вид учебных занятий[2], работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций[3]	Контролируемые разделы и темы дисциплины[4]	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции[5]	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК-4	Знает					
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	*ОПК-4*.З-1. Недостаточно знает принципы разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа	Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент Раздел 2. Определение миссии и целей организации Раздел 3. Анализ среды организации Раздел 4. Конкурентная позиция организации и ее влияние на стратегическое управление. Раздел 5. Виды стратегий развития организации Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации	Опрос, кейс-задание, тест	*Не знает, либо не имеет четкого представления о* принципах разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	*ОПК-4*. З-1 На базовом уровне знает принципы разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Знает в общих* принципы разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций

[2] Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа…

[3] Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма и т.д.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

[4] Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

[5] Оценочное средство должно выбираться с учетом запланированных результатов освоения дисциплины, например:
«Знать» – собеседование, коллоквиум, тест…
«Уметь», «Владеть» – индивидуальный или групповой проект, кейс-задача, деловая (ролевая) игра, портфолио…

	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	*ОПК-4*. З-1 На среднем уровне знает принципы разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Хорошо представляет себе* принципы разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	*ОПК-4*. З-1 На высоком уровне знает принципы разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Демонстрирует глубокое понимание* принципов разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций
	Умеет					
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	*ОПК-4*.У-1 Недостаточно умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа	Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент Раздел 2. Определение миссии и целей организации Раздел 3. Анализ среды организации Раздел 4. Конкурентная	Опрос, кейс-задание, тест	*Не умеет* выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

		развития новых направлений деятельности и организаций		позиция организации и ее влияние на стратегическое управление.		
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	*ОПК-4*. У-1 На базовом уровне умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа	Раздел 5. Виды стратегий развития организации Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации	Опрос, кейс-задание, тест	*Способен на базовом уровне* выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	*ОПК-4*. У-1 На среднем уровне умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	Способен на среднем уровне выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
	Высокий уровень Оценка	*ОПК-4*. У-1 На высоком уровне умеет	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции,		Опрос, кейс-задание, тест	*Сформированное умение* выявлять и оценивать новые

	«зачтено», «отлично»	выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа			рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
	Владеет					
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	*ОПК-4*. В-1 Недостаточно владеет навыками выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа	Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент Раздел 2. Определение миссии и целей организации Раздел 3. Анализ среды организации Раздел 4. Конкурентная позиция организации и ее влияние на стратегическое управление. Раздел 5. Виды стратегий развития организации Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации	Опрос, кейс-задание, тест	*Не владеет* навыками выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	*ОПК-4*. В-1 На базовом уровне владеет навыками выявления и оценивания	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах,		Опрос, кейс-задание, тест	Владеет на базовом уровне навыками выявления и оценивания новых рыночных возможностей,

		новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	самостоятельная работа			разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	*ОПК-4*. В-1 На среднем уровне владеет навыками выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Хорошо владеет навыками* выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	*ОПК-4*. В-1 На высоком уровне владеет навыками выявления и оценивания новых	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Владеет необходимыми навыками* выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки бизнес-

		рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций				планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций.
ПК-7	Знает					
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	*ПК-7.*3-1. Недостаточно знает передовой отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа	Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент Раздел 2. Определение миссии и целей организации Раздел 3. Анализ среды организации Раздел 4. Конкурентная позиция организации и ее влияние на стратегическое управление. Раздел 5. Виды стратегий развития организации Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации	Опрос, кейс-задание, тест	*Не знает* передовой отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено»,	*ПК-7.* 3-1 На базовом уровне знает передовой	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в		Опрос, кейс-задание, тест	*Знает в общих чертах* передовой отечественный и зарубежный опыт

	«удовлетворительно»	отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	том числе работа в малых группах, самостоятельная работа			организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	*ПК-7.* З-1 На среднем уровне знает передовой отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспо	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Хорошо представляет себе* передовой отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

		собности.				
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	*ПК-7.* З-1 На высоком уровне знает передовой отечественный и зарубежный опыт организации управления производством, принципы разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Демонстрирует глубокое понимание* передового отечественного и зарубежного опыта организации управления производством, принципов разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
	Умеет					
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	*ПК-7.*У-1 Недостаточно умеет разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации,	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа	Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент Раздел 2. Определение миссии и целей организации Раздел 3. Анализ среды организации Раздел 4. Конкурентная позиция организации и ее влияние на	Опрос, кейс-задание, тест	*Не умеет* разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению резервов роста

		внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.		стратегическое управление. Раздел 5. Виды стратегий развития организации Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации		производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	*ПК-7.* У-1 На базовом уровне разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Способен на базовом уровне* разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.

		продукции, выявлению резервов роста производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.				
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	*ПК-7.* У-1 На среднем уровне умеет разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	Способен на среднем уровне разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.

		резервов роста производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.				
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	*ПК-7.* У-1 На высоком уровне умеет разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производитель	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Сформированное умение* разрабатывать предложения по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, внедрению мероприятий, направленных на снижение трудоемкости продукции, выявлению резервов роста производительности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.

		ности труда, обеспечивать участие работников в разработке предложений по составлению бизнес-планов.				
	Владеет					
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	*ПК-7.* В-1 Недостаточно владеет навыками анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований,	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа	Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент Раздел 2. Определение миссии и целей организации Раздел 3. Анализ среды организации Раздел 4. Конкурентная позиция организации и ее влияние на стратегическое управление. Раздел 5. Виды стратегий развития организации Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации	Опрос, кейс-задание, тест	*Не владеет* навыками анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.

		определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.				
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	*ПК-7*. В-1 На базовом уровне владеет навыками анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	Владеет на базовом уровне навыками анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.

		перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.				
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	*ПК-7.* В-1 На среднем уровне владеет навыками анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Хорошо владеет навыками* анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.

		развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.				
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	*ПК-7.* В-1 На высоком уровне владеет навыками анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития	Лекционные занятия, в том числе интерактивные лекции, практические занятия, в том числе работа в малых группах, самостоятельная работа		Опрос, кейс-задание, тест	*Владеет необходимыми навыками* анализа эффективности структуры управления организацией, разработки предложений по рационализации структуры управления, обеспечения участия работников структурного подразделения в проведении маркетинговых исследований, определении перспектив развития организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.

		организации, разработке предложений по составлению бизнес-планов.				

4. Методические материалы, определяющие процедуры

оценивания Методические рекомендации по подготовке к теоретическому опросу

Одной из форм самостоятельной работы студентов является подготовка к устному опросу. Для подготовки к опросу студенту рекомендуется изучить лекционный материал, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов по соответствующей теме.

Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с научной и методической литературой. При подготовке к опросу студентам рекомендуется обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам.

Методические рекомендации по выполнению кейс-задания

Кейс-задание представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать свои аналитические и оценочные навыки, формулировать эффективные и наиболее рациональные управленческие решения на основе результатов финансового анализа деятельности организации.

Цели выполнения студентами кейс-задания:

- развитие у студентов аналитического мышления;
- развитие у студентов практических навыков расчета налогового бремени организации;
- формирование у студентов навыков оптимизации налогообложения и разработки эффективной налоговой политики;
- повышение мотивации студентов к обучению и профессиональному развитию.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной работы студентов.

Этапы выполнения кейс-задания и рекомендации студентам

№	Этапы выполнения кейса	Рекомендации студентам
1	Знакомство с содержанием кейса	Определить цель и задачи кейса
2	Поиск исходной информации для решения кейса	В качестве исходной информации рекомендовано использовать отчетные данные организации
3	Определение последовательности решения кейса	1. Обосновать последовательность расчета основных налогов, уплачиваемых организацией 2. Обосновать применяемую методику оценки налогового бремени организации
4.	Решение кейса	Проведение расчета всех уплачиваемых организацией налогов, провести расчет налогового бремени
5	Оценка полученных результатов	По результатам расчета необходимо сделать выводы
6	Разработка рекомендаций по совершенствованию	На основании выводов рекомендовано разработать соответствующие пути снижения

	деятельности организации	налоговой нагрузки организации
7	Презентация выполненных заданий	Рекомендовано использовать письменный отчет-презентация. Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. При подготовке отчета по кейс-заданию следует придерживаться следующей структуры: 1. Оглавление 2. Введение. Во введении дать краткую характеристику анализируемой организации, выбранной методике оценки налогового бремени 3. Основная часть. Провести анализ налоговой нагрузки организации и обосновать пути ее снижения 4. Заключение. 5. Библиография Общий объем отчета по кейс-заданию составляет 10-12 стр. формата А4, включая титульный лист и библиографию.
8	Подведение итогов. Оценка выполнения кейс-задания	Примерными критериями оценки выполнения кейс-задания являются: • умение провести расчет налоговой нагрузки организации • уровень аргументации, способность правильно делать выводы по результатам расчета; • способность принимать эффективные управленческие решения; • качество оформления отчета.

Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов.

По форме тестовые задания могут быть весьма разнообразны.

К первой группе относятся задания закрытой формы с единственным правильным ответом из нескольких представленных.

Вторую группу составляют задания открытой формы, где ответ вводится самостоятельно в поле ввода.

Третья группа представлена заданиями на установление соответствия, в которых элементом одного множества требуется поставить в соответствие элементы другого множества.

В четвертой группе тестов требуется установить правильную последовательность вычислений или каких-то действий, шагов, операций и т. п., используются задания на установление правильной последовательности.

При подготовке к тестированию студент должен придерживаться следующих рекомендаций:

- внимательно изучить основные вопросы темы
- найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе;
- выяснить условия тестирования;

- внимательно прочесть вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов написать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания, что позволит максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант;

- на трудный вопрос не тратить много времени, а переходить к следующему. К трудному вопросу можно вернуться позже;

- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Задания для кейс-задач по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации

1. **Информация для кейс-задачи:**

Фирма А специализируется на внутреннем туризме. В последнее время на рынке внутреннего туризма возникло два новых сильных конкурента и фирме необходимо пересмотреть стартегию развития с учетом изменившейся ситуации.

Задание: Предложите вариант проведение системного анализа сложившейся ситуации. Разработайте варианты новой стратегии с учетом маркетингово и интеграционного подходов.

2. **Информация для кейс-задачи:**

Основной целью ООО "СтройКлиматТехника" является получение прибыли.
Руководство текущей деятельностью общества осуществляется Генеральным директором общества – единоличным исполнительным органом общества.
Виды деятельности ООО "СтройКлиматТехника":
- вентиляция;
- кондиционирование;
- кровельные работы;
- установка обогревателей;
- отделочные работы.

В настоящее время цепочка создания стоимости - источник конкурентных преимуществ фирмы. Фирма имеет конкурентные преимущества если создает ценности для своих клиентов, превышающие затраты на их создание. ООО "СтройКлиматТехника" стремится к этому, постоянно создавая новые виды продукции, более ценные для клиентов.
Все источники устойчивых конкурентных преимуществ ООО "СтройКлиматТехника" кроются в глубинах цепочки создания стоимости
Задание: предложить варианты формирования миссии фирмы. Разработать формулировку миссии для использования в рекламной кампании.

3. **Информация для кейс-задачи:**

В организации ООО “Сатурн” определены краткосрочные цели, которые можно определить следующим образом:

- увеличение доли рынка на 2 %;
- повышение объемов продаж на 10 %;
- увеличение темпов роста прибыли на 12 %;
- увеличение доли собственного капитала на 10 %.
- выход на новые рынки сбыта;
- повышение качества производимой продукции;
- сокращение нормативных сроков обслуживания клиентов до 5 дней.

Задание: предложите варианты долгосрочных целей фирмы с учетом возможного усиления конкуренции.

Используя метод дерева целей, постройте вариант дерева для цели по увеличению объемов продаж, при этом учитывая перечень работ всех подразделений.

4. **Информация для кейс-задачи:**

Фирма Кока-кола уже много лет присутствует на российском рынке. Фирма имеет широкий круг клиентов, хорошую репутацию и устойчивые перспективы развития.

Задание: Провести сбор информации о непосредственном окружении фирмы. Провести анализ непосредственного окружения, причем особое внимание уделить конкурентам и постащивам фирмы.

5. **Информация для кейс-задачи:**

Компания – ООО «Строительство» (название изменено по просьбе заказчика, из соображений конфиденциальности).

Город – Екатеринбург

Вид деятельности – оптовая торговля строительными и отделочными материалами

Оборот – более 500 млн в год

Численность – более 100 человек.

Проблема – снижение оборотов и прибыли компании на фоне растущих издержек, снижение рыночной доли.

В качестве основных причин снижения компания выделяла:

Появление новых локальных игроков, при попустительстве производителей товаров, не ограничивающих конкуренцию между дистрибуторами в регионе

Появление транснациональных DIY-сетей (Leroy Merlen, Castorama), оттянувших на себя не только розничных покупателей, но и мелких дилеров.

Усиление роли федеральных дистрибуторов подобных материалов (а- ля «Сатурнстроймаркет»), открывающих филиалы в городе и имеющих в портфеле очень выгодные контракты от производителей.

Открытие рядом производителей собственных складов и офисов продаж в регионе. Следствием всех трех факторов стали как снижение объемов продаж, так и снижение маржинальной прибыли, вызванное активной ценовой войной, развязанной новыми конкурентами.

Впоследние годы компания пыталась самостоятельно бороться с конкурентами, расширяя ассортимент и следуя стратегии «все в одном месте» - пытаясь обеспечить дилеров любыми необходимыми материалами со своего склада.

Однако это предложение было не уникальным, кроме того, расширение ассортимента ухудшило ситуацию с оборотными средствами и привело к возникновению дефицитов по ключевым для компании позициям.

Кроме того, компания открыла несколько филиалов в близлежащих городах, но половину из них пришлось закрыть из-за трудностей дистанционного управления и низких финансовых показателей. В компании не была выстроена система активных продаж и привлечения дилеров.

Задание: проанализировать конкурентную среду для разработки новой рыночной стратегии, ориентированной на долгосрочный рост и обеспечивающей

компании устойчивое положение не только в краткосрочной, но и в среднесрочной перспективе.

6. Информация для кейс-задачи:

Предприятие специализируется на выпуске фотоаппаратов, кинокамер и высокоточных оптических приборов; в последние годы освоен выпуск видеокамер. Продукция предприятия имеет спрос в России, ближнем зарубежье, развивающихся странах, а также в странах Западной Европы. Основные потребители оптических приборов — медицина, сельское хозяйство, оборонная промышленность.

Задание: Используя матрицу Бостонской консультативной группы (БКГ) США, сформировать продуктовую стратегию предприятия.

7. Информация для кейс-задачи:

ОАО «Петербургский трамвайно-механический завод», являющийся одним из крупнейших производителей трамвайных вагонов в России, несколько последних лет находится на грани выживания и функционирует только за счет ремонта трамваев Санкт-Петербурга и небольшого количества заказов, нерегулярно поступающих из нескольких городов. В начале 2009 г. завод был вынужден практически остановить свою производственную деятельность. Необходимо решить две основные задачи: как поддержать дальнейшее функционирование компании и в каком направлении развиваться.

Задание:

1. Осуществите SWOT- анализ компании ОАО «ПТМЗ». Проанализируйте возможность выбора стратегии диверсификации.
2. Проведите анализ «силового поля» компании.
3. Предложите другие варианты стратегии развития.

8. Информация для кейс-задачи:

ООО «Киришинефтеоргсинтез» — нефтеперерабатывающее предприятие, существующее на рынке более 30 лет. Оно производит различные виды топлива (бензин, керосин, дизельное топливо, мазут, пропан, бутан и др.), ароматические углеводороды и хочет расширить и углубить переработку нефти.

Задание: Используя SWOT-анализ, определить перспективные стратегические направления деловых единиц (СЗХ) развития предприятия.

	СЗХ1				СЗХ2			
	Влияние	Вероятность	Время воздействия	Итоговая оценка	Влияние	Вероятность	Время воздействия	Итоговая оценка
1. Появление товаров субститутов	-10	0,8	2	-16	-10	0,2	2	-4
2. Рост стоимости энергоресурсов	-5	0,9	1	-4,5	-5	0,9	1	-4,5
3. Появление новых технологий в отрасли	10	0,5	5	25	10	0,5	5	25
4.Установление ограничений на экспорт в развивающиеся страны	0	0,7	0	0	-8	0,6	3	-14

5. Ужесточение конкуренции	-8	0,8	2	-13	-8	0,2	2	-3,2

	СЗХ3				СЗХ4			
	Влияние	Вероятность	Время воздействия	Итоговая оценка	Влияние	Вероятность	Время воздействия	Итоговая оценка
1. Появление товаров субститутов	-10	0,9	5	-45	-10	0,9	5	-45
2. Рост стоимости энергоресурсов	-8	0,9	1	-7,2	-5	0,9	1	-4,5
3. Появление новых технологий в отрасли	10	0,5	5	25	10	0,5	5	25
4.Установление ограничений на экспорт в развивающиеся страны	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Ужесточение конкуренции	-10	0,9	2	-18	-8	0,8	2	-13

	СЗХ5				СЗХ6			
	Влияние	Вероятность	Время воздействия	Итоговая оценка	Влияние	Вероятность	Время воздействия	Итоговая оценка
1. Появление товаров субститутов	-10	0,2	2	-4	-8	0,1	5	-4
2. Рост стоимости энергоресурсов	-5	0,9	1	-4,5	-5	0,9	1	-4,5
3. Появление новых технологий в отрасли	10	0,5	5	25	10	0,7	5	35
4.Установление ограничений на экспорт в развивающиеся страны	-8	0,6	3	-14	0	0	0	0
5. Ужесточение конкуренции	-8	0,2	2	-3,2	-10	0,9	5	-45

9. Информация для кейс-задачи:

Смысл стратегии снижения издержек - низкие издержки позволяют снизить цену. Для осуществления этой стратегии необходим большой объем производства, мощная производственная база, эффективная технология, удобный в изготовлении дизайн изделия, четкая организация производства, дешевая система распределения. Опасность этой стратегии в том, что конкуренты могут объявить "ценовую войну", и тогда ни один конкурент не сможет получить достаточно высокую прибыль. Еще одна опасность - появление новых, более эффективных технологий, которые могут свести на нет конкурентное преимущество в издержках. Кроме того, данная стратегия слабо учитывает

маркетинговые аспекты конкуренции.
Стратегия дифференциации заключается в том, чтобы выпускать уникальную, индивидуализированную продукцию с учетом специфических требований каждой группы потребителей и тем самым перевести конкуренцию в плоскость качества и технических свойств продукции. Дифференциация может также заключаться в создании имиджа марки, особом послепродажном обслуживании. Применение этой стратегии требует навыков маркетинговой деятельности, "творческой жилки", гибкости производства. Опасность заключается в том, что часто для покупателей цена не менее важна, чем свойства товара. Кроме того, подчас дифференциация сводится к имитации, и как только потребители начинают это понимать, стратегия псевдодифференциации перестает "работать".
Суть стратегии фокусирования - сосредоточить внимание на одном сегменте рынка, чтобы ориентироваться на специфические требования именно этого сегмента. Как и предыдущая, данная стратегия также требует самого тщательного маркетингового анализа. Рискованность стратегии фокусирования в том, что товар может потерять свою привлекательность для выбранного сегмента рынка, например, вследствие сокращения объема данного сегмента.
Задание: Оценить эффективность каждой стратегии и выбрать наиболее подходящую для случая, когда фирма переходит на выпуск более узкоспециализированной продукции.

Контролируемые компетенции: ОПК-4, ПК-7.
Оценка компетенций осуществляется в соответствии с Таблицей 3.

Критерии оценивания:
-оценка «отлично» выставляется студенту, если он в полном объеме выполняет предложенное задание, демонстрирует при этом хорошие знания, проявляет свой творческий потенциал;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он в целом выполняет предложенное задание, демонстрирует при этом хорошие знания, проявляет свой творческий потенциал, но допускает несущественные ошибки.
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично выполняет предложенное задание, демонстрирует при этом частично сформировавшиеся знания, но допускает некоторые ошибки.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен выполнить предложенное задание, допускает грубые ошибки.

Вопросы для опросов по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Раздел 1. Введение в стратегический менеджмент
1. В чем заключается системный подход в стратегическом менджменте?
2. Какие этапы развития стратегического подхода вы знаете?
3. Какие ученые были основоположниками стратегического подхода?
4. В чем заключался стратегический подход к эпоху массового производства?
5. В чем задачи стратегического управления?
6. В чем отличия стратегического и оперативного управления?

Раздел 2. Определение миссии и целей организации
1. Что такое миссия организации?
2. Кем разрабатывается миссия?
3. Кто является основными носителями интересов организации?
4. Для кого разрабатывается миссия?
5. Как миссия влияет на выработку целей организации?

6. Приведите примеры миссии?
7. Почему миссия необходима для стратегического развития?
8. Чем миссия отличиается от целей?
9. Что такое структура стратегического управления?
10. Каковы составляющие структуры?
11. Какие связи между составляющими структуры можно назвать?
12. В чем заключается этап анализа среды?
13. Какие составляющие среды вы знаете?
14. В чем заключается выбор стратегии?
15. В чем отличие выработки и выбора стратегии?
16. Почему необходим контроль за выполнением стратегии?

Раздел 3. Анализ среды организации

1. Какие составляющие внешней среды вы знаете?
2. Как происходит анализ экономической составляющей?
3. Что такое политическая составляющая?
4. Как экономическая составляющая влияет на стратегию развития?
5. Что такое технологическая составляющая?
6. Как на организацию влияет правовая составляющая?
7. Какие факторы определяют социальную составляющую?
8. Какова связь между составляющими внешней среды?
9. Каково влияние каждой составляющей на деятельность организации?
10. Назовите наиболее значимые составляющие внешней среды?
11. Какие составляющие внутренней вы знаете?
12. Как происходит анализ выбранной стратегии?
13. Как влияют составляющие внутренней среды на конкурентосопособность организации?
14. В чем заключается анализ кадровой составляющей?
15. Зачем необходим анализ маркетинговой составляющей?
16. Как анализ финансовой составляющей влияет на дальнейшее развитие организации?
17. Для чего необходимы данные анализа внутренней среды?
18. Какими методами может быть исследована внутренняя среда?
19. Что такое внешняя и внутренняя эффективность стратегии?

Раздел 4. Конкурентная позиция организации и ее влияние на стратегическое управление.

1. Что такое конкурентное преимущество товара?
2. Какие виды конкурентных преимуществ вы знаете?
3. Какие стратегии создания конкурентных преимуществ можно назвать?
4. Что такое дифференциация продукта?
5. Каким образом может быть достигнуто ценовое преимущество?
6. Каким образом конкурентные преимущества товара влияют на конкурентный статус фирмы?
7. Что собой представляет узкая дифференциация?
8. Какие исследования потребителей необходимо провести для создания конкурентных преимуществ?

Раздел 5. Виды стратегий развития организации

1. Какие стратегии роста вы знаете?
2. В чем отличие стратегий роста между собой?

3. Что такое стратегии концентрированного роста?
4. Что представляет собой стратегия развития рынка?
5. В чем преимущества стратегии развития продукта?
6. Что необходимо для укрепления позиций продукта на рынке?
7. Что такое интегрированный рост?
8. Что представляет собой горизонтальная и вертикальная интеграция?
9. Что такое обратная вертикальная интеграция?
10. Что необходимо для проведения прямой интеграции?
11. Как влияет интеграция на конкурентную позицию фирмы на рынке?
12. Что такое диверсифицированный рост?
13. В каком случае фирма использует диверсификацию?
14. Какие стратегии диверсификации вы знаете?
15. По каим параметрам происходит выбор стратегии роста?

Раздел 6. Формирование и управление стратегией развития организации

1. Как происходит организация стратегического планирования?
2. Каковы основные цели стратегического планирования?
3. В чем отличие стратегического планирования и управления?
4. Как оценить эффективность стратегического планирования?
5. Какие основные этапы стратегического планирования?
6. Какие показатели используются при планировании?
7. Как влияет планирование на стратегический выбор фирмы?
8. Какая информация необходима для процесса планирования?
9. Каков второй этап стратегического планирования?
10. В чем преимущества планирования?
11. Какие виды изменений возможны в организации?
12. Почему возникает сопротивление изменениям?
13. Для чего необходима мобилизация потенциала?
14. Как можно уменьшить сопротивление изменениям?
15. Какие способы разрешения конфликтов вы знаете?
16. Как ресурсный потенциал влияет на изменения?
17. Что такое неизменное функционирование?
18. Что такое радикальная перестройка?
19. В каком случае изменения касаются только персонала организации?
20. При каких изменениях затрагивается организационная структура?

Контролируемые компетенции: ОПК-4, ПК-7.

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с Таблицей 3.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью раскрывает проблему, обозначенную в вопросе, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он в целом дает достаточно полный ответ на поставленный вопрос, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он при ответе на поставленный вопрос раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы,

недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Раздел 3. Анализ среды организации
Вариант 1.

Вопрос 1.
Какие составляющие среды организации относятся к макроокружению?
а) поставщики
б) конкуренты
в) социальная составляющая
г) экономическая составляющая
д) потребители

Вопрос 2.
Какие составляющие среды организации относятся к непосредственному окружению организации?
а) потребители
б) конкуренты
в) технологическая составляющая
г) экономическая составляющая
д) рынок рабочей силы
е) поставщики

Вопрос3.
Какие составляющие среды относятся к внутренней среде организации?
а) маркетинг
б) организационная структура
в) правовая составляющая
г) конкуренты
д) управление персоналом

Вопрос 4.
Какие из методов анализа среды организации используются для анализа внутренней среды?
а) SWOT-анализ
б) PEST-анализ
в) SNW-анализ

Вопрос 5
Какая из перечисленной информации необходима для проведения SWOT-анализа организации?
а) сильные стороны организации
б) слабые стороны организации
в) нейтральные стороны организации

г) возможности внешней среды
д) угрозы внешней среды

Вопрос 6.
Какие из составляющих внутренней и внешней среды организации влияют на конкурентную позицию фирмы?
а) финансы организации
б) персонал
в) непосредственные конкуренты
г) политическая составляющая
д) социальная составляющая

Вопрос 7.
Какие из перечисленных составляющих конкурентной среды представляют собой наибольшую угрозу для организации?
а) товары-заменители
б) потенциальные конкуренты
в) внутриотраслевые конкуренты
г) конкурентная сила поставщиков

Вопрос 8.
При помощи PEST-анализа проводится изучение:
а) внутренней среды организации
б) внешней среды организации
в) внутренней и внешней среды организации

Вопрос 9.
Какие из перечисленных факторов относятся к угрозам внешней среды?
а) низкая компетенция персонала
б) наличие сильного конкурента на рынке
в) плохое финансовое положение фирмы
г) падение покупательской способности населения

Вопрос 10.
Какие из перечисленных факторов относятся к сильным сторонам организации?
а) маркетинговая политика
б) слабая конкурентная позиция
в) повышение налоговых ставок
г) квалифицированный персонал
д) устойчивое финансовое положение

Вопрос 11.
В чем сущность стратегий сокращения?
[1] Детальный план по сокращению фирмы
[2] Решения и действия, направленные на достижение целей фирмы
[3] Сокращение деятельности фирмы до необходимого состояния

Вопрос 12.
Назовите самый предельный вариант стратегии сокращения?
[1] Сокращение персонала
[2] Сокращение подразделения
[3] Полное сокращение деятельности фирмы

Вопрос 13
В чем значение сокращения для фирмы?
[1] Определяет потенциал фирмы
[2] Определяет угрозы для фирмы
[3] Определяет направление дальнейшей деятельности

Вопрос 14
Назовите стратегии сокращения:
[1] Ликвидация, снятие сливок, сокращение
[2] Сокращение, интеграция, слияние
[3] Слияние, интеграция

Вопрос 15
Какое сокращение наиболее перспективно для фирмы?
[1] Целенаправленное
[2] Вынужденное
[3] Оптимальное

Вопрос 16
В чем заключается стратегия снижения издержек?
[1] Максимальное снижение объема выпуска продукции
[2] Максимальное снижение издержек
[3] Снижение текущих затрат

Вопрос 17
В чем смысл стратегий «сокращения»?
[1] Горизонтальное или вертикальное объединение
[2] Проникновение в другие отрасли
[3] Возможность перейти на другой рынок

Вопрос 18
Какую категорию должна выбрать фирма при применении сокращения?
[1] Горизонтальная интеграция
[2] Вертикальная интеграция
[3] Конгломеративная диверсификация

Вопрос 19
Какую стратегию должна выбрать слабая фирма при интенсивном росте рынка?
[1] Вертикальная интеграция
[2] Горизонтальная интеграция
[3] Сокращение расходов

Вопрос 20
В чем смысл стратегии локального сокращения?
[1] Сокращение одного из филиалов
[2] Сокращение неприбыльного производства
[3] Оба ответа верны

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 90% вопросов теста;
- 4 балла выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 60% вопросов теста;
- 3 балла выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 40% вопросов теста;
- 2 балла выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 40 % вопросов теста;

Вариант 2

Вопрос 1
В чем сущность менеджмента?
[1] Детальный план
[2] Решения и действия, направленные на достижение целей фирмы
[3] Основное социально-значимое функциональное назначение фирмы

Вопрос 2
Что первично с точки зрения системного подхода в фирме?
[1] Сотрудник
[2] Подразделение
[3] Фирма

Вопрос 3
Оцените действие менеджера, если он принял следующую очередность анализа качества элементов системы: 1) процесс в системе; 2) вход в систему; 3) связь с внешней средой; 4) выход системы.
[1] Правильные
[2] Приемлемые
[3] Неправильные

Вопрос 4
В чем отличие маркетингового подхода к продукции от производственного?
[1] В центре внимания затраты
[2] В центре внимания производительность
[3] В центре внимания удовлетворение потребителя

Вопрос 5
Что такое конкурентное преимущество продукта?
[1] Продукт необходим потребителю
[2] Продукт более привлекателен
[3] Продукт необходим и более привлекателен

Вопрос 6
В чем значение внешней среды фирмы?
[1] Определяет потенциал фирмы
[2] Определяет возможности и угрозы для фирмы
[3] Определяет местоположение фирмы

Вопрос 7

Что такое внутренняя среда фирмы?
[1] Поставщики, конкуренты, покупатели
[2] Персонал, производство, финансы, организационная культура
[3] Рынок рабочей силы, контактные аудитории

Вопрос 8
Как вы понимаете миссию фирмы?
[1] Смысл существования
[2] Получение прибыли
[3] Организация рабочих мест

Вопрос 9
В чем заключается цель фирмы?
[1] Максимальное увеличение прибыли
[2] Максимальное снижение издержек
[3] Увеличение объема реализации

Вопрос 10
В чем смысл стратегий «концентрации»?
[1] Горизонтальное или вертикальное объединение
[2] Проникновение в другие отрасли
[3] Усиление позиции, создание нового продукта, освоение нового рынка

Вопрос 11
Какую категорию должна выбрать фирма-лидер при интенсивном росте рынка?
[1] Горизонтальная интеграция
[2] Вертикальная интеграция
[3] Конгломеративная диверсификация

Вопрос 12
Какую стратегию должна выбрать слабая фирма при интенсивном росте рынка?
[1] Вертикальная интеграция
[2] Горизонтальная интеграция
[3] Сокращение расходов

Вопрос 13
В чем смысл стратегического контроля?
[1] Контроль качества работы
[2] Контроль правильности выполнения стратегии
[3] Уточнение того, приведет ли реализация стратегии к достижению цели

Вопрос 14
Чем характеризуется постиндустриальный этап развития управления?
[1] Интенсивный рост производства продукции
[2] Предложение и спрос уравновешены
[3] Усложнилась структура конкуренции

Вопрос 15
Какой вид конкуренции наиболее сложен?
[1] Предметный
[2] Параметрический
[3] Функциональный

Вопрос 16
Что составляет непосредственное окружение фирмы?
[1] Поставщики, конкуренты, потребители
[2] Научно-технический прогресс, экология, социальная среда
[3] Персонал, ресурсы, культура организации

Вопрос 17
Какова задача менеджмента фирмы при определении ее цели?
[1] Выявить цель владельцев
[2] Выявить цели всех групп влияния
[3] Выявит и сблизить цели всех групп влияния

Вопрос 18
В чем смысл построения дерева целей?
[1] Определить стратегическую цель фирмы
[2] Определить цели подразделения фирмы
[3] Выработать ориентиры для каждого исполнителя, подразделения и фирмы в целом

Вопрос 19
Если действия фирмы связаны с экспансией, каких целей роста она придерживается?
[1] Сокращения
[2] Быстрого роста
[3] Стабильного роста

Вопрос 20
Что означает совместимость целей?
[1] Отвечает интересам владельцев, персонала
[2] Цели совместимы с возможностями фирмы
[3]Краткосрочные цели соответствуют долгосрочным, цели не противоречат друг другу

Вопрос 21
Какую стратегию должна выбрать фирма-лидер при медленном росте рынка?
[1] Конгломеративная диверсификация
[2] Сокращение расходов
[3] Ликвидация

Вопрос 22
В чем смысл стратегии центрированной диверсификации»?
[1] Производство дополнительной продукции на базе основных технологий
[2] Производство технологически несвязанной сопутствующей продукции
[3] Производство продукции в новых отраслях

Вопрос 23
Как вы понимаете конкурентное преимущество?
[1] Высокое качество продукта
[2] Низкая цена продукта
[3] Соотношение качества и цены продукта

Вопрос 24
Что составляет макроокружение фирмы?
[1] Поставщики, конкуренты, потребители

[2] Социальный, экономический, политический факторы
[3] Персонал, менеджмент, культура организации

Контролируемые компетенции: ОПК-4, ПК-7.
Оценка компетенций осуществляется в соответствии с Таблицей 3.

Критерии оценки (в баллах):
- 5 баллов выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 90% вопросов теста;
- 4 балла выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 60% вопросов теста;
- 3 балла выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 40% вопросов теста;
- 2 балла выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 40 % вопросов теста;

Вопросы к экзамену

1. Роль стратегии в менеджменте.
2. Сущность и содержание стратегии. Этапы разработки и реализации стратегии.
3. Правила (требования) применения системного подхода к стратегическому менеджменту.
4. Маркетинговый подход к стратегическому менеджменту.
5. Функциональный подход к стратегическому менеджменту.
6. Комплексный подход к стратегическому менеджменту.
7. Процессный подход к стратегическому менеджменту.
8. Поведенческий подход к стратегическому менеджменту.
9. Сущность стратегического управления.
10. Сущность предпринимательского стиля организационного поведения.
11. Сущность стратегического планирования
12. Организационная деятельность менеджеров по разработке стратегии.
13. Целеполагание в стратегическом менеджменте.
14. Сущность и содержание миссии организации.
15. Формирование базы данных о внутренней и внешней среде организации.
16. Оценка информации о внутренней и внешней среде.
17. Сущность PEST-анализа внешней макросреды организации.
18. Анализ рынка.
19. Анализ конкурентной среды с использованием «пяти сил конкуренции Портера»
20. Сущность анализа сильных и слабых сторон организации.
21. Метод SNW-анализа.
22. Матрица БКГ.
23. Матрица «Дженерал электрик – МакКинси».
24. Сущность методов анализа конкурентных преимуществ.
25. Выбор позиций в конкуренции.
26. Этапы стратегического анализа. Инструменты проведения стратегического анализа.
27. Стратегия лидерства по издержкам.
28. Стратегии дифференциации.
29. Стратегии фокусирования.
30. Типовые стратегии роста.
31. Типовые стратегии сокращения.
32. Стратегии поддержания стабильности.
33. Сущность и содержание функциональных стратегий.

34. Определение стратегических позиций бизнеса при выборе стратегии.
35. Согласование стратегических вариантов и выбора стратегии.
36. Связь стратегия деловой единицы и общефирменной стратегии.
37. Стратегические хозяйственные центры.
38. Управление стратегическими изменениями.
39. Планы реализации стратегии.
40. Сопротивление изменениям в стратегическом менеджменте.
41. Стиль поведения менеджеров при проведении изменения.
42. Долгосрочное и стратегическое планирование.
43. Сущность управления посредством выбора стратегических позиций.
44. Управление путем ранжирования стратегических задач.
45. Управления в условиях стратегических неожиданностей.
46. Сущность стратегической эффективности.
47. Стратегический контроллинг и его функции.
48. Роль консультантов в разработке новой стратегии.

Контролируемые компетенции: ОПК-4, ПК-7.
Оценка компетенций осуществляется в соответствии с Таблицей 3.

Критерии оценки:

«Отлично» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, студент легко ориентируется в пройденном материале, демонстрирует способность к аналитической деятельности и самостоятельность мышления.

«Хорошо» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, студент хорошо воспроизводит изученный материал, но затрудняется провести сравнительный анализ, дать самостоятельную оценку тому или иному явлению.

«Удовлетворительно» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

«Неудовлетворительно» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Измененные пункты	Решение Учебно-методического совета