

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 25.06.2025 10:27:19

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d4517e3e1e499c59d38109ba78

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Заполярье государственный университет им. Н. М. Федоровского»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Стратегический анализ

Уровень образования: магистратура

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

к.э.н, доцент, Глубокова Людмила Геннадьевна _____ Глубокова Л.Г.

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры,
протокол № №7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Фонд оценочных средств по дисциплине Стратегический анализ для текущей/промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Стратегический анализ, Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

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

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2 Обеспечивает успешную работу в коллективе при выработке и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Выбирает основные методы управления и самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни.
ПК-1 Способен осуществлять контроль эффективности работы сотрудников при управлении рисками в малом бизнесе	ПК-1.5 Применяет базовые подходы стратегического анализа при управлении рисками в малом бизнесе

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Код результата обучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средства текущей аттестации		Оценочные средства промежуточной аттестации	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
3 семестр						

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

Вопросы к экзамену:

1. Исторические тенденции развития методов стратегического менеджмента.
2. Классификация методов стратегического менеджмента.
3. Сущность стратегического управления национальной экономикой.
4. Современные концепции стратегического управления экономикой России.
5. Экономическая стратегия государства как наука и научная категория.

6. Национальная экономика как система и объект государственной стратегии.
7. Концепции экономической безопасности.
8. Метод анализа внешней среды организации: SCP-анализ.
9. Метод анализа внутренней среды организации: SNW-анализ.
10. Модель анализа внутренней и внешней среды организации стратегического менеджмента: модель Р. Гранта.
11. Матрица анализа внешней среды организации стратегического менеджмента: матрица Дж.Х. Вилсона.
12. Модель анализа внешней среды организации стратегического менеджмента: модель 5 сил конкуренции Портера.
13. Метод анализа внешней среды организации: метод "PDS".
14. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: конкурентный профиль.
15. Метод анализа внутренней среды организации: метод QFD.
16. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: метод SPACE.
17. Модель анализа внутренней среды организации: модель Конана и Гольдера.
18. Метод анализа внутренней среды организации: метод credit-men.
19. Метод анализа внутренней среды организации: построение графика прибыльности "Майсигмы".
20. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: GAP-анализ.
21. Метод анализа внутренней среды организации: метод SIX SIGMA
22. Метод анализа внешней среды организации: метод "Lot"(лоцман).
23. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: система McKinsey.
24. Метод анализа внутренней среды организации: модель Du Pont.
25. Метод анализа внутренней среды организации: модель Э. Альтмана.
26. Метод анализа внешней среды организации: метод анализа базового рынка Абеля.
27. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: ABC-анализ.
28. Метод анализа внутренней среды организации: CVP- анализ.
29. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: цепочка создания ценностей М. Портера.
30. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: подход Омаэ.
31. Метод позиционирования организации: трехмерная матрица BCG.
32. Метод позиционирования организации: модифицированная модель BCG.
33. Метод позиционирования организации: модель General Elektric-McKinsey, предложенная Дэйем.
34. Метод позиционирования организации: модель General Elektric-McKinsey, предложенная Мониесоном.
35. Метод позиционирования организации: матрица GE-McKinsey по Нейлору.
36. Метод позиционирования организации: матрица "товар/рынок" Ансоффа.
37. Метод позиционирования организации: модифицированная матрица Ансоффа.
38. Метод позиционирования организации: модель "продукт-рынок" А. Дж. Стейнера.
39. Метод позиционирования организации: матрица Hussey
40. Метод позиционирования организации: матрица Р. Купера.
41. Метод позиционирования организации: матрица оценки проектов новых

товаров.

42. Метод позиционирования организации: матрица конкурентных стратегий М. Портера.

43. Метод позиционирования организации: матрица обоснования диверсификации.

44. Метод позиционирования организации: MACS - корпоративная стратегия, активированная рынком.

45. Анализ практики построения моделей.

46. Основные проблемы применения моделей в практике стратегического менеджмента.

47. Особенности внедрения методов стратегического менеджмента в РФ и РТ.

48. Методы совершенствования применения методов стратегического менеджмента.

2.2 Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Тематика курсовых работ (проектов)

1. Стратегия разработки и реализации стартап-проекта в сфере ИТ технологий

2. Стратегия разработки и реализации стартап-проекта в сфере туризма

3. Стратегия разработки и реализации стартап-проекта в сфере услуг

4. Стратегия разработки и реализации стартап-проекта в сфере образования

1. Стратегия организации

а) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка)

б) практическое использование методологии стратегического управления

в) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей

г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов

2. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности – это

а) функциональная стратегия;

б) бизнес-стратегия;

в) корпоративная стратегия;

г) стратегия.

3. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей

а) функциональная стратегия

б) бизнес-стратегия

в) корпоративная стратегия

г) стратегия

4. Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка)

а) функциональная стратегия

б) бизнес-стратегия

в) корпоративная стратегия

г) стратегия

5. Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации
- а) функциональная стратегия
 - б) бизнес-стратегия
 - в) корпоративная стратегия
 - г) стратегия
6. Этап в развитии методологии стратегического управления «начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии (стратегическое планирование)»
- а) долгосрочное планирование
 - б) управление на основе контроля за исполнением
 - в) управление на основе предвидения изменений
 - г) управление на основе гибких экстренных решений
7. Этап в развитии методологии стратегического управления «складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть (стратегическое управление в реальном масштабе времени)»
- а) долгосрочное планирование
 - б) управление на основе контроля за исполнением
 - в) управление на основе предвидения изменений
 - г) управление на основе гибких экстренных решений
8. Будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста
- а) стратегическое планирование
 - б) среднесрочное планирование
 - в) долгосрочное планирование
 - г) другой ответ
9. Анализ перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции
- а) стратегическое планирование
 - б) среднесрочное планирование
 - в) долгосрочное планирование
 - г) другой ответ
10. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития
- а) стратегическое планирование
 - б) стратегия
 - в) СВОТ – анализ
 - г) стратегическое управление
11. Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды
- а) стратегическое планирование
 - б) стратегия
 - в) СВОТ – анализ
 - г) стратегическое управление
12. Выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм

- а) потенциал
- б) цена
- в) целевые установки
- г) миссия

13. Источник формирования конкурентного преимущества организации

- а) потенциал
- б) цена
- в) целевые установки
- г) миссия

14. Комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития

- а) стратегическое планирование
- б) стратегия
- в) стратегический менеджмент
- г) стратегическое управление

15. Процесс, посредством которого осуществляется взаимодействие организации с её окружением

- а) стратегическое планирование
- б) стратегия
- в) стратегический менеджмент
- г) стратегическое управление

16. Сторона стратегического управления, при которой управление рассматривается как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определённых

- результатов
- а) функциональная
- б) процессная
- в) элементная
- г) другая сторона

17. Сторона стратегического управления, в рамках которой управление рассматривается как действия по выявлению и разрешению проблем, т.е. процесс подготовки и принятия решений

- а) функциональная
- б) процессная
- в) элементная
- г) другая сторона

18. Процесс разработки, принятия и реализации стратегических решений

- а) стратегический анализ
- б) стратегическое управление
- в) оперативное управление
- г) стратегические альтернативы

19. Выживание организации в долгосрочной перспективе посредством установления динамичного баланса с окружением – это миссия организации согласно

- а) стратегическому анализу
 - б) стратегическому управлению
 - в) оперативному управлению
 - г) стратегическим альтернативам
20. Согласно стратегическому управлению внимание менеджмента нацелено
- а) на внешнюю среду организации
 - б) на внутреннюю среду
 - в) на отдельные бизнес-процессы
 - г) на отдельные структурные подразделения
21. Стратегический анализ нацелен на
- а) краткосрочную перспективу
 - б) среднесрочную перспективу
 - в) долгосрочную перспективу
 - г) краткосрочную и долгосрочную перспективы
22. Стратегический анализ является
- а) первым этапом процесса стратегического управления
 - б) последним этапом процесса стратегического управления
 - в) обособленным процессом, независимым от стратегического управления
 - г) первым этапом процесса оперативного управления
23. Основная функция стратегического анализа заключается
- а) в получении информации только о конкурентах
 - б) в получении информации о внешней среде организации
 - в) в информационном обеспечении всего процесса стратегического управления
 - г) в информационном обеспечении процесса оперативного управления
24. Методом стратегического анализа школы «Дизайна» является
- а) VRIO-анализ
 - б) SWOT-анализ
 - в) STEEP-анализ
 - г) модели «цепочка ценностей» и «пяти сил конкуренции»
25. Методом стратегического анализа школы «Позиционирования» является
- а) VRIO-анализ
 - б) SWOT-анализ
 - в) STEEP-анализ
 - г) модели «цепочка ценностей» и «пяти сил конкуренции»
26. Методом стратегического анализа школы «Внешней среды» является
- а) VRIO-анализ
 - б) SWOT-анализ
 - в) STEEP-анализ
 - г) модели «цепочка ценностей» и «пяти сил конкуренции»
27. Методом стратегического анализа школы «Ресурсов, способностей и компетенций» является
- а) VRIO-анализ
 - б) SWOT-анализ
 - в) STEEP-анализ
 - г) модели «цепочка ценностей» и «пяти сил конкуренции»
28. Метод стратегического анализа, позволяющий провести комплексный анализ соответствия внутренних и внешних возможностей организации
- а) VRIO-анализ
 - б) SWOT-анализ
 - в) STEEP-анализ
 - г) модели «цепочка ценностей» и «пяти сил конкуренции»
29. Метод стратегического анализа, позволяющий оценить ресурсы и способности организации по четырем параметрам: ценность, редкость, невозпроизводимость и

организованность

- а) VRIO-анализ
- б) SWOT-анализ
- в) STEEP-анализ
- г) модели «цепочка ценностей» и «пяти сил конкуренции»

30. Метод стратегического анализа, позволяющий выделить факторы конкурентного позиционирования относительно главных покупателей и поставщиков

- а) VRIO-анализ
- б) SWOT-анализ
- в) модель «пяти сил конкуренции»
- г) модель «цепочка ценностей»

31. Метод стратегического анализа, позволяющий оценить влияние факторов внешней среды на деятельность организации

- а) STEEP-анализ
- б) SWOT-анализ
- в) модель «пяти сил конкуренции»
- г) модель «цепочка ценностей»

32. Бухгалтерская отчетность, статистика производства и продаж относятся к:

- а) внешним источникам информации
- б) внутренним источникам информации
- в) источникам конкурентной информации
- г) не являются источником получения информации

33. Обзор рынка, аналитические статьи, реклама конкурентов и др. относятся к

- а) внешним источникам информации
- б) внутренним источникам информации
- в) источникам конкурентной информации
- г) не являются источником получения информации

34. Конкурентная информация включается в себя

- а) мнение экспертов
- б) только статистику производства и продаж
- в) всю бухгалтерскую отчетность
- г) всю информацию только о конкурентах

йствии на организацию

- а) сильных факторов внутренней среды
- б) благоприятных факторов внешней среды
- в) слабых факторов внутренней среды
- г) негативных факторов внешней среды

38. Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения её целей.

Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач»?

- а) разделение труда
- б) экономичность и эффективность
- в) единство направления
- г) научность

39. Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности

организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Разработка и реализация стратегии организации строится исходя из имеющихся ресурсов и нацелена на превышение результатов над затратами в определённом плановом периоде»?

- а) разделение труда
- б) экономичность и эффективность
- в) единство направления
- г) выделение доминанты развития

40. Стратегический выбор – это

- а) высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами
- б) формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации
- в) разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии
- г) прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к её изменениям

Тестовое задание, практическая работа, итоговое тестирование