

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:

a49ae343af5448d45a7c7e1e499659d8199ba78

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Методология стратегического анализа

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 Методология стратегического анализа 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 Методология стратегического анализа, 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
Абея.
 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 Electric-McKinsey,
предложенная
Дэйем.
 34. Метод позиционирования организации: модель General Electric-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
- функциональная стратегия
 - бизнес-стратегия
 - корпоративная стратегия
 - 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)»
- долгосрочное планирование
 - управление на основе контроля за исполнением
 - управление на основе предвидения изменений
 - 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)»
- долгосрочное планирование
 - управление на основе контроля за исполнением
 - управление на основе предвидения изменений
 - управление на основе гибких экстренных решений
8. Будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста
- стратегическое планирование
 - среднесрочное планирование
 - долгосрочное планирование
 - другой ответ
9. Анализ перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции
- стратегическое планирование
 - среднесрочное планирование
 - долгосрочное планирование
 - другой ответ
10. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития
- стратегическое планирование
 - стратегия
 - СВОТ – анализ
 - стратегическое управление
11. Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды
- стратегическое планирование
 - стратегия
 - СВОТ – анализ
 - стратегическое управление
12. Выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм

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

13. Источник формирования конкурентного преимущества организации

- а) потенциал
- б) сцена
- 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 включает 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