

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крюков Вадим Николаевич

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 18.06.2026 17:08:50

Уникальный программный ключ:

1b0adb7fd710f6a0725d90c58682bd0c52f25b2

**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**  
**Методология стратегического анализа**

Факультет: Электроэнергетики, экономики и управления  
Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,  
профиль «Управление малым бизнесом»  
Уровень образования: магистратура  
Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

к.э.н., доцент, Глубокова Людмила Геннадьевна

\_\_\_\_\_ Глубокова Людмила Геннадьевна

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании  
кафедры, протокол № 8 от 09.04.2026 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, утвержденной решением ученого совета от г., 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, выработывая 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
<b>3 семестр</b>						

## 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 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) 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

динамического 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

влиянии 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