

**Оценочные средства для проведения аттестации
по дисциплине «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО
МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

для обучающихся

по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Стратегический менеджмент
и маркетинг в здравоохранении» (уровень магистратуры)
в 2022-2023 учебном году

4.1. Оценочные средства для проведения текущей аттестации по дисциплине

Текущая аттестация включает следующие типы заданий: тестирование, решение ситуационных задач, оценка освоения практических навыков (умений), написание и защита реферата, собеседование по контрольным вопросам.

4.1.1. Примеры тестовых заданий

Проверяемые индикаторы достижения компетенции: УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1.

1. Ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия сотрудников на выполнение определенных задач – это...

- 1) делегирование;
- 2) власть;
- 3) полномочия;
- 4) ответственность.

2. Организационная структура, позволяющая гибко реагировать на изменения окружающей среды:

- 1) линейная;
- 2) адаптивная;
- 3) дивизиональная;
- 4) функциональная.

3. Принцип, сформулированный Файолем, при котором работник получает распоряжение и отчетывается только перед одним непосредственным начальником – это...

- 1) единоначалие;
- 2) мотивация;
- 3) делегирование;

4) ответственность.

4. Элементами инфраструктуры менеджмента являются:

- 1) методы управления;
- 2) мотивация персонала;
- 3) системы информационного обеспечения;
- 4) функции управления.

5. Объединение субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними:

- 1) дифференциация;
- 2) мотивация;
- 3) интеграция;
- 4) координация.

6. Профессиональная – совокупность определенных обязанностей и норм поведения, поддерживающих моральный престиж групп в обществе:

- 1) эстетика;
- 2) этика;
- 3) пригодность;
- 4) ответственность.

7. Уровень управления, на котором менеджеры несут ответственность за достижение конкретных целей:

- 1) низший;
- 2) средний;
- 3) высший;
- 4) базовый.

8. Повышением эффективности управления является:

- 1) увеличение количества произведенной продукции и услуг;
- 2) соотношение необходимого и фактического расхода ресурсов;
- 3) увеличение времени работы сотрудников;

| |
|--|
| 4) степень достижения целей организации. |
| 9. Критериями при определении экономической эффективности управления могут быть: 1) соотношение между доходами и суммы издержек; 2) повышение квалификации работников; 3) сокращение численности работников; 4) соотношение объема продукции за определенный период и затрат ресурсов, соответствующих данному объему продукции. |
| 10. Стратегические цели: 1) увеличение доли рынка; 2) повышение имиджа фирмы; 3) сокращение численности работников; 4) повышение качества продукции (100 % удовлетворение требований клиента). |

4.1.2. Пример(ы) ситуационной (ых) задач(и)

Проверяемые индикаторы достижения компетенции: УК-1.2.1, УК-1.2.2, УК-1.2.3, ОПК-1.2.1.

1. На основе изучения аналитических и статистических материалов оценить современное состояние инновационного потенциала Волгоградской области
2. На основе изучения первоисточника – книги Р. Каплана и Д.П. Нортон «Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию» составить схему – алгоритм процесса создания сбалансированной системы показателей.

4.1.3. Примеры заданий по оценке освоения практических навыков

Проверяемые индикаторы достижения компетенции: УК-1.3.1, УК-1.3.2, ОПК-1.3.1.

1. Схематически представить алгоритм построения системы управления на региональном предприятии (по выбору).

4.1.4. Примеры тем рефератов

Проверяемые индикаторы достижения компетенции: УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1.

1. Современные тенденции применения информационных систем в управлении персоналом.

2. Экстремальное управление персоналом.

3. Управление конфликтной ситуацией и задачи менеджмента.

4.1.5. Примеры контрольных вопросов для собеседования

Проверяемые индикаторы достижения компетенции: УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1.

1. Каковы составляющие организации труда в компании?

2. Что представляет собой структурная организация интеллектуальных САУ?

3. Составляющие концепции BPR М. Хаммера и Д. Чампи.

4.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Промежуточная аттестация включает следующие типы заданий: решение ситуационной задачи, собеседование.

4.2.1. Пример(ы) ситуационной (ых) задач(и)

Проверяемые индикаторы достижения компетенции: УК-1.2.1, УК-1.2.2, УК-1.2.3, ОПК-1.2.1, УК-1.3.1, УК-1.3.2, ОПК-1.3.1.

1. Провести сравнительный анализ моделей корпоративного управления и оформить результаты в виде таблицы

2. На основании изучения дайджестов известных порталов по поиску работы описать основные показатели рынка труда выбранного региона.

4.2.2. Перечень вопросов для собеседования

| № | Вопросы для промежуточной аттестации | Проверяемые индикаторы достижения компетенций |
|----|---|---|
| 1. | Структура системы управления современной организацией и её подсистемы | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 2. | Современные модели менеджмента организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |

| | | |
|-----|---|--------------------------------|
| 3. | Инновационный потенциал и параметры оценки инновационной активности организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 4. | Система стратегического управления в экономике | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 5. | Сущность и содержание Форсайта | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 6. | Реализация стратегических планов в России и за рубежом | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 7. | Методология сбалансированной системы показателей Р. Каплана и Д. Нортонa | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 8. | Направления и перспективы развития стратегического партнерства | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 9. | Страновые модели корпоративного управления | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 10. | Проблемы реализации механизма корпоративного управления в России | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 11. | Рыночная модель корпоративного управления и модель контроля | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 12. | Функции HR-службы в организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 13. | Анализ рынка труда и управление занятостью в организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 14. | Планирование карьеры сотрудников. Отбор и адаптация персонала | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |

| | | |
|-----|---|--------------------------------|
| 15. | Социальная политика в организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 16. | Профилактика и элиминирование конфликтов в организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 17. | Сущность матричной департаментализации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 18. | Концепция предметной унификации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 19. | Концепция унификации бизнес-процессов | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 20. | Содержание, формы, составляющие реинжиниринга | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 21. | Мультипроектное управление в инжиниринге | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 22. | Понятие и показатели бизнес-процесса | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 23. | Контроллинг как современная концепция управления и инструменты его реализации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 24. | Концепция мотивации в матричных группах матричной организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 25. | Концепция обучения и самообучения управляющих систем предприятий | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 26. | Инжиниринг в инновационном менеджменте | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |


| | | |
|-----|---|--------------------------------|
| 27. | Сравнение ключевых компонентов корпоративной, деловой и маркетинговой стратегий | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 28. | Понятие стратегического маркетингового планирования | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 29. | Организация стратегического маркетинга | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 30. | Стратегический маркетинговый контроль. Особенности использования метода GAP-анализа в стратегическом маркетинговом контроле | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 31. | Прогнозирование рыночного спроса. Методы прогнозирования: качественные и количественные | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 32. | Анализ маркетинговых возможностей. Внешний маркетинговый аудит | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 33. | Показатели оценки микроокружения. Внутренний аудит маркетинга | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 34. | Суть анализа сильных и слабых сторон, метод SNW | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 35. | Проблемы выбора целевых рынков | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 36. | Модели сегментирования рынка | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 37. | Стратегии охвата рынка. Недифференцированный, дифференцированный, целевой маркетинг | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 38. | Значение концепции позиционирования в разработке эффективных маркетинговых стратегий | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |

| | | |
|-----|--|--------------------------------|
| 39. | Направления и уровни позиционирования | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 40. | Правила построения и использования карт позиционирования. Ошибки позиционирования | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 41. | Использование методов маркетинговых исследований в целях позиционирования | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 42. | Необходимая информация для оценки конкурентной позиции организации. Этапы разработки конкурентных стратегий | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 43. | Понятие бенчмаркинга, его роль в оценке конкурентных позиций предприятия и разработке конкурентных стратегий | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 44. | Подходы к классификации конкурентных стратегий | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 45. | Понятие и виды конкурентных преимуществ | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 46. | Значение брендинга в стратегическом развитии организации | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 47. | Стратегические решения в ценовой политике | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 48. | Стратегические решения в политике распределения | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 49. | Стратегические решения в коммуникационной политике | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 50. | Характеристика типовых разделов стратегического плана маркетинга | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |

| | | |
|-----|--|--------------------------------|
| 51. | Формулировка целей организации; аудит маркетинга | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 52. | Формулировка общих стратегий развития организации; разработка конкурентной и маркетинговых стратегий | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 53. | Сегментация; выбор концепции позиционирования | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 54. | Разработка детальных маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |
| 55. | Оценка ожидаемых результатов; подготовка альтернативных планов и составление бюджетов | УК-1.1.1, УК-1.1.2, ОПК-1.1.1. |

Обсуждено на заседании кафедры экономики и менеджмента, протокол № 13 от «01» июня 2022 г.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева