

**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