

**Оценочные средства для проведения аттестации  
по дисциплине «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»  
для обучающихся по образовательной программе  
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент,  
профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата),  
форма обучения очная, заочная  
на 2023- 2024 учебный год**

**5.1. Оценочные средства для проведения текущей аттестации по дисциплине**

Формы текущей аттестации: тестирование, решение ситуационных задач, оценка освоения практических навыков (умений), контрольная работа, написание и защита реферата, ответ на контрольные вопросы для текущей аттестации, подготовка доклада.

**5.1.1. Примеры тестовых заданий**

№	Тесты для текущей аттестации	Проверяемые компетенции
1.	Стратегический менеджмент как отрасль экономической науки возник: а) В начале двадцатого века б) В 60-е годы 20 века в) В 70-е годы 20 века г) В 80-е годы 20 века д) В 90-е годы 20 века	ОПК-2 (Э), ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
2.	Стратегический менеджмент возник: а) На японских корпорациях б) На американских корпорациях в) На германских корпорациях г) На английских корпорациях д) На французских корпорациях	ОПК-2 (Э), ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
3.	Стратегический менеджмент возник в следующей сфере: а) В индивидуальном предпринимательстве б) В малом бизнесе в) В средних компаниях г) В крупных компаниях	ОПК-2 (Э), ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
4.	Первой компанией, специализирующейся на стратегическом менеджменте была: а) Маккинси б) Бостон консалтинг группа в) Артур де Литтл г) Монитор д) Артур Андерсен	ОПК-2 (Э), ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
5.	Цели стратегического менеджмента: а) Исполнение бюджета б) Прогнозирование будущего в) Стратегическое мышление г) Реакция на внешние перемены д) Использование изменений для создания благоприятных возможностей развития	ОПК-2 (Э), ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
6.	Задачи стратегического менеджмента: а) Управление бюджетом	ОПК-2 (Э), ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)

	б)Предвидение рыночных изменений в)Реакция на внешние перемены г)Использование «стратегических окон»	
7.	Основные предположения стратегического менеджмента: а)Долгосрочная стабильность б)Сохранение существующих тенденций в)Прогнозируемость тенденций г)Изменения внезапны и непредсказуемы	ОПК-2 (Э),ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
8.	Горизонты стратегического менеджмента: а)Годовой б)Пятилетний с корректировкой в)В режиме реального времени г)Жизненный цикл организации д)Ежегодные корректировки	ОПК-2 (Э),ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
9.	Стратегический менеджмент – это: а) концепция управления текущей деятельностью организации; б) концепция управления изменениями в организации; в) концепция управления организацией в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды.	ОПК-2 (Э),ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)
10.	Суть концепции стратегического менеджмента заключается в необходимости создания: а) системы комплексного стратегического планирования в организации; б) системы, когда в организации, с одной стороны, существует комплексное стратегическое планирование, а с другой – структура оперативного управления фирмой адекватна стратегическому планированию; в) структуры оперативного управления фирмой, построенной так, чтобы обеспечить выработку долгосрочной стратегии для достижения целей фирмы.	ОПК-2 (Э),ПК-3 (Э), ПК-5 (Э), ПК-17 (Э)

### 5.1.2. Пример(ы) ситуационной (ых) задач(и)

№	Задачи для текущей аттестации	Проверяемые компетенции
1.	Всемирно известная система ресторанов быстрого обслуживания «Макдоналдс» пришла на российский рынок в результате длительных переговоров: потребовалось больше 10 лет, что-бы идея открытия в СССР ресторанов этой системы нашла юридиче-ское закрепление. Перего-воры об открытии в Москве к Олимпийским играм 1980 г. рес-торанов «Макдоналдс» начались во время монреальскойОлимпиады-76 и завершились в апреле 1987 г. подписанием договора о создании совместного предприятия (СП) между канадским филиалом фирмы «Макдоналдс» и Мособщепитом. С подписанием договора СССР стал 52 страной мира, в которую пришел «Макдоналдс». Совместное предприятие «Москва - Макдоналдс» было зарегистрировано Мин-фином СССР 15 декабря 1988 г. С этого момента оно обрело статус юридического лица, став сто пятьдесят девя-тым по счету совместным	ОПК-1 (У, Н), ПК-8 (У, Н), ПК-11 (У, Н), ПК-20 (У, Н)

предприятием, появившимся в СССР в результате перестройки. Уставный капитал был зарегистрирован в размере 14 млн. руб., (по официальному обменному курсу - 20 млн. долларов). Советская сторона внесла 51% в уставный капитал, доля канадской стороны составила 49%. Однако инвестиции канадской стороны не ограничивались ее взносом в уставный капитал СП. В целях создания условий для осуществления ресторанного бизнеса канадская сторона в целом, с учетом паевого взноса, инвестировала 50 млн. долларов. Эти деньги предназначались для строи-тельства, оборудования и запуска перерабатывающего завода (40 млн. дол.) и для строи-тельства и запуска первых двух московских ресторанов (10 млн. дол.). В целом же в Моск-ве по договору предполагалось построить 20 ресторанов.

Официальное открытие первого ресторана в Москве состоялось 31 января 1990 г. Рассчитанный на 700 посадочных мест, это был самый большой ресторан системы «Мак-доналдс». Планировалось, что в нем за день можно будет обслуживать до 15 тыс. посети-телей. Жизнь существенно скорректировала эту цифру в направлении увеличения. В тот день, когда ресторан на Пушкинской площади в первый раз открыл свои двери для гос-тей, его посетило рекордное за всю историю системы «Макдоналдс» число желающих от-ведать гамбургеры и колу - примерно 30 тыс. человек. В результате ажиотажного интереса к ресторану около него с первого дня и надолго выстроилась длинная очередь. После это-го в течение нескольких лет в Москве на пересечении Большой Бронной и Тверской, можно было видеть, как люди терпеливо ждут, стоя в очереди, того момента, когда их за-пустят в ресторан. Несомненно, место для первого ресторана было выбрано очень удач-но: самый центр Москвы. Однако во многом неожиданно это удачное по всем традици-онным параметрам месторасположение ресторана создало для него и определенные трудности. Многие москвичи были недовольны тем, что разрушался стиль и дух одного из исторических мест центра Москвы.

Одним из основополагающих принципов деятельности ресторанов «Макдоналдс» явля-ется обеспечение единого уровня обслуживания клиентов во всех уголках мира. Со-ответствие продукции единому для всей системы стандарту качества, высокая культура обслуживания, чистота и доступность являются конкретными формами воплощения это-го принципа, конкретными отличительными характеристиками, создающими привлека-тельность ресторанов быстрого обслуживания «Макдоналдс». Обычно задолго до откры-тия ресторана фирма «Макдоналдс» досконально изучает местные ресурсы, поставщи-ков, а также все то, что может повлиять на качество

предлагаемых посетителям блюд и напитков. Только убедившись, что должное качество ресторанных блюд может быть обеспечено, фирма «Макдоналдс» приступает к обслуживанию клиентов. При этом особо важную роль играет качество исходных продуктов. Приступив к реализации проекта в Москве, фирма «Макдоналдс» вынуждена была завезти в Россию из Голландии карто-фель сорта «Рассет Бэрбанкс», который наилучшим образом подходит для приготовления фирменного блюда: жареного в масле картофеля. Именно этот сорт картофеля было предложено выращивать поставщикам. Однако качество исходных продуктов не было основной преградой на пути к приготовлению традиционных блюд ресторанов «Макдоналдс». Важно было обеспечить ресторан качественными и поступающими своевременно в необходимом количестве полуфабрикатами. Для этого «Макдоналдс» отступил от своей традиции (иметь в системе только рестораны), и пошел на строительство перерабаты-вающе-распределительного комплекса (ПРК), предназначенного для снабжения рестора-нов полуфабрикатами. Получив в декабре 1988 г. при содействии Моссовета земельный участок под строительство ПРК, «Макдоналдс» в течение одного года построил уникаль-ный производственный центр, объединяющий 7 полностью автономных производств. В комплексе на производственной площади в 10 тыс. кв. м. разместились самые современ-ные технологические линии по переработке картофеля, мяса, молока и по изготовлению сыра, майонеза, кетчупа и по выпечке хлебобулочных изделий. Оборудование было дос-тавлено из многих стран. Так, например, выпечка осуществляется с помощью американ-ского оборудования, картофель перерабатывается на оборудовании, изготовленном в Голландии, оборудование для переработки молока было закуплено в Швеции. Мощности комплекса позволяют перерабатывать в течение недели до 72 тыс. кг картофеля, до 90 тыс. л. молока, 32 тыс. кг натуральной цельной говядины, выпекать один миллион булочек. Комплекс начал функционировать в середине января 1990 г., обеспечив тем самым ус-тойчивую базу снабжения ресторанов полуфабрикатами должного качества.

Осознавая важность PR-мероприятий, и стараясь способствовать развитию обще-ства, «Макдо-налдс» уделяет большое внимание вопросам формирования и поддержания имиджа фирмы. С момента открытия первого ресторана в 1955 г. фирма «Макдоналдс» регулярно оказывает по-мощь населению тех мест, где она ведет свою деятельность. Цен-тром внимания со стороны фирмы являются дети и молодежь. Созданный в 1984 г. Дет-ский фонд Роланда Макдоналда ока-

	зывает большую финансовую поддержку в сферах здравоохранения, просвещения и социальной помощи. В Советском Союзе «Макдоналдс» также начал проводить политику помощи больным детям. Был проведен ряд акций по сбору средств, которые направляются на приобретение необходимого медицинского оборудования, используются для посылки советских детей на лечение за рубеж, а также для строительства центра реабилитации детей - инвалидов.	
--	---	--

### 5.1.3. Примеры тем контрольной работы

№	Тема контрольной работы для текущей аттестации	Проверяемые компетенции
1.	СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)

### 5.1.4. Примеры тем рефератов (докладов)

№	Тема реферата для текущей аттестации	Проверяемые компетенции
1.	Теоретические и исторические основы стратегического менеджмента	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)
2.	Методы анализа внутренней и внешней среды организации	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)
3.	Особенности системы стратегического управления в фирмах США	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)

### 5.1.5. Примеры контрольных вопросов для текущей аттестации

№	Вопросы для текущей аттестации	Проверяемые компетенции
11.	Какие виды распорядительных документов издают руководители организаций?	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)
12.	Какие виды распорядительных документов издают федеральные органы исполнительной власти?	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)
13.	Назовите документы, которые должны храниться в личном деле.	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)

## 5.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Промежуточная аттестация включает следующие типы заданий: ответы на вопросы, решение типовых контрольных заданий.

### 5.2.1. Перечень вопросов для промежуточной аттестации

№	Вопросы для промежуточной аттестации	Проверяемые компетенции
1.	Роль и предпосылки становления стратегического менеджмента	ОПК-1 (З), ПК-8 (З), ПК-11 (З), ПК-20 (З)
2.	Эволюция стратегического менеджмента: основные этапы и вехи	ОПК-1 (З), ПК-8 (З), ПК-11 (З), ПК-20 (З)

3.	Понятие стратегического менеджмента. Основные понятия стратегического менеджмента: стратегия, миссия, потенциал организации и др	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
4.	Системный подход. Маркетинговый подход	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
5.	Функциональный подход. Воспроизводственный подход?	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
6.	Нормативный подход. Комплексный подход	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
7.	Интеграционный подход. Динамический подход.	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
8.	Процессный подход. Оптимизационный подход.	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
9.	Поведенческий подход. Ситуационный подход.	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
10.	Эталонные стратегии	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
11.	Корпоративные стратегии	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
12.	Деловая стратегия фирмы	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
13.	Функциональные стратегии	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
14.	Оборонительные стратегии: совместные предприятия, режим экономии, сокращения, ликвидация	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
15.	Роль и предпосылки становления стратегического менеджмента?	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
16.	Эволюция стратегического менеджмента: основные этапы и вехи	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
17.	Понятие стратегического менеджмента. Основные понятия стратегического менеджмента: стратегия, миссия, потенциал организации и др	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
18.	Системный подход. Маркетинговый подход	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
19.	Функциональный подход. Воспроизводственный подход?	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
20.	Нормативный подход. Комплексный подход	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
21.	Интеграционный подход. Динамический подход.	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
22.	Процессный подход. Оптимизационный подход.	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
23.	Поведенческий подход. Ситуационный подход.	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
24.	Эталонные стратегии	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3),

		ПК-20 (3)
25.	Корпоративные стратегии	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)
26.	Деловая стратегия фирмы	ОПК-1 (3), ПК-8 (3), ПК-11 (3), ПК-20 (3)

### 5.2.2. Перечень типовых контрольных заданий

№	Вопросы для промежуточной аттестации	Проверяемые компетенции
1.	<p><b>Задача</b> Торговая компания ЗАО«Х» занимается реализацией кондитерских изделий, чая и кофе. Она работает в условиях жесткой конкуренции на российском рынке, где много продавцов аналогичной продукции.</p> <p>Клиентами компании «Х» являются мелкооптовые региональные покупатели и конечные потребители Центрально-Черноземного региона России. Торговая компания «Х» использует индивидуальный подход к клиентам, поэтому на нем отсутствует единая система скидок.</p> <p>Также компания имеет свою собственную розничную сеть, состоящую из 10 павильонов и 5 фирменных магазинов, через которую реализуется до 50 % всей продукции торговой компании. Средняя наценка продукции при реализации через собственную сеть составляет 30 %.</p> <p>Торговая компания имеет линейно-функциональную организационную структуру (рис. 29). Генеральному директору непосредственно подчиняются заместители директора по сбыту и снабжению, а также главный экономист.</p>	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)
2.	<p><b>Задача</b> Провести SWOT-анализ торговой организации «Х» и заполнить модифицированную матрицу OSWT (таблица 36).</p> <p>2. Определить, какие общие факторы влияют на деятельность торговой организации Х; какие из них являются существенными в настоящее время, а какие в будущем; какие из них влияют на деятельность фирмы положительно, а какие отрицательно.</p> <p>3. Составьте аналитическое заключение.</p>	ОПК-2 (У, Н), ПК-3 (У, Н), ПК-5 (У, Н), ПК-17 (У, Н)

В полном объеме фонд оценочных средств по дисциплине/практике доступен в ЭИОС ВолгГМУ по ссылке:

<https://elearning.volgmed.ru/course/view.php?id=1798>

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента «20» июня 2023 г., протокол № 13.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ С.Ю. Соболева