



## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Область применения

Фонд оценочных средств – является неотъемлемой частью учебно-методического комплекса учебной дисциплины «Стратегический менеджмент» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу данной дисциплины.

### 1.2. Контролируемые компетенции

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Этап формирования компетенции</b>	<b>Способ оценивания</b>	<b>Оценочное средство</b>
ОПК-2: способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	базовый	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета
ПК-1: умение определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии	базовый	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

регулирующего воздействия при реализации управленческого решения			
ПК-13: способность использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий	базовый	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

Показатели оценивания компетенций представлены в разделе «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины «Стратегический менеджмент» с декомпозицией: знать, уметь, владеть.

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Стратегический менеджмент» используется 100-балльная шкала.

Профессиональный уровень “5” (отлично)	85-100	<p>Ответ хорошо структурирован;  полное понимание исследуемого вопроса;  полный и глубокий анализ вопроса;  критическое использование теории и рекомендуемого материала для чтения;  расширение и углубление лекционного материала;  аргументированная логика;  продуманность, творческий и оригинальный подход к освещению вопроса;  иллюстративность массой примеров и данных</p>
--	--------	---

Продвинутый уровень “4” (хорошо)	70-84	Хорошая организация, но ряд несущественных упущений в плане содержания; умение аргументировать и использовать примеры; некоторое расширение и углубление лекционного материала; использование соответствующих концептуальных моделей
Базовый уровень “3” (удовлетворительно)	60-69	Удовлетворительный уровень, есть ряд существенных упущений; слабые места в стилевом оформлении, структуре и анализе; в основном базируется на лекционном материале; информация представлена четко, но отсутствует оригинальность в ее изложении
Минимальный уровень “2” (неудовлетворительно)	35-59	Неудовлетворительное выполнение; частичное понимание проблемы; несмотря на наличие ряда весьма удачных мест, работа характеризуется отсутствием тщательного анализа; неадекватность примеров
Минимальный уровень “1” (неудовлетворительно)	0-34	Отсутствие понимания вопроса, работа не структурирована и не соответствует требованиям; наличие серьезных ошибок и несоответствий

### **Рейтинговая система для оценки успеваемости студентов**

Разбивка баллов.

Промежуточный рейтинг – 70 баллов:

1) Рейтинг работы студента на практических занятиях – 22 балла.

Максимальный рейтинг, который студент может заработать на одном семинарском занятии – 2 балла:

- за отличный ответ (полный, безошибочный) – 2 балла;
- за активную работу на семинаре (от 2 до 4 выступлений) – 1-2 балла;
- за неточное выступление, за неточное дополнение — 1 балл;
- за отказ от ответа, за неправильный ответ – 0 баллов.

2) Рейтинг контрольных точек – 25 баллов.

3) Рейтинг посещения лекционных занятий – 6 баллов.

4) Рейтинг посещения семинарских занятий – 7 баллов.

5) Рейтинг поощрительный – 10 баллов:

- разработка сценария деловой игры – 10 баллов;
- составление кроссвордов – 5 баллов;

- решение задач повышенной сложности – 5-10 баллов;
  - Написание и защита реферата – 3-7 баллов.
- Сдача зачета – 30 баллов.

### Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ФГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) зачтено	<b>90 - 100</b>	А (отлично)
4 (хорошо) зачтено	<b>85 – 89</b>	В (очень хорошо)
	<b>75 – 84</b>	С (хорошо)
	<b>70 - 74</b>	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) зачтено	<b>65 – 69</b>	E (посредственно)
	<b>60 - 64</b>	F (неудовлетворительно)
2 (неудовлетворительно) не зачтено	<b>Ниже 60 баллов</b>	F (неудовлетворительно)

## 2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

### 2.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

#### Темы письменных работ

1. Стратегия дифференциации.
2. Стратегия оптимальных издержек.
3. Вертикальная интеграция.
4. Факторы, характеризующие состояние отрасли и условия конкуренции в ней.
5. Факторы, характеризующие конкурентные возможности фирмы, ее рыночную позицию.
6. Стадии жизненного цикла отрасли.
7. Структура отрасли.
8. Сущность и мощь пяти конкурентных сил.
9. Конкуренция в новых и быстрорастущих отраслях.
10. Конкуренция в отраслях, находящихся в стадии зрелости.
11. Конкуренция в отраслях, находящихся в состоянии стагнации или спада.
12. Конкуренция в раздробленных отраслях.
13. Конкуренция на международных рынках.
14. Фирма - лидер на рынке.

15. Фирма, находящаяся на вторых ролях.
16. Слабая или пострадавшая от кризиса компания.
17. Стратегия для конкуренции в отраслях, находящихся в стадии зрелости.
18. Стратегия для фирм, которые действуют в отраслях, находящихся в состоянии стагнации или спада.
19. Ориентация на стратегию фокусирования путем выявления, создания, разработки растущих рыночных сегментов.
20. Ориентация на дифференциацию на основе улучшения качества и инноваций.
21. Стратегия вакантной ниши.
22. Стратегия специалиста.
23. Стратегия фирмы «у нас лучше, чем у них».
24. Стратегия «послушного последователя».
25. Стратегия «рост за счет приобретения».
26. Стратегия характерного имиджа.
27. Стратегия восстановления для кризисных ситуаций.
28. 13 правил, которые необходимы для разработки успешных деловых стратегий.
29. Корпоративные стратегии диверсификации.
30. Различие узкой специализации и диверсификации.
31. Три критерия для оценки диверсификации.
32. Стратегия вхождения в новую отрасль — поглощение «с нуля», совместные предприятия.
33. Стратегия диверсификации в родственной отрасли.
34. Стратегия диверсификации вне родственной отрасли.
35. Стратегия свертывания и ликвидации.
36. Стратегия реконструирования, восстановления и экономии.
37. Стратегия многонациональной диверсификации.
38. Шесть различных стратегических подходов, способствующих улучшению деятельности диверсифицированной компании.
39. Стратегический анализ диверсифицированных компаний.
40. Матрица, разработанная ведущей консалтинговой компанией «Бостон Консалтинг Групп».
41. Сравнение привлекательности отраслей.
42. Сравнение силы хозяйственных подразделений.
43. Сравнение деятельности хозяйственных подразделений.
44. Анализ стратегического соответствия.
45. Ранжирование хозяйственных подразделений по инвестиционному приоритету.
46. Разработка корпоративной стратегии.
47. Выделение критериев деловой активности.
48. Поиск дополнительных возможностей диверсификации.
49. Распределение ресурсов корпорации.

50. Руководящий принцип управления процессом разработки корпоративной стратегии.
51. Выполнение стратегии: главные достоинства, реинжиниринг и структура.
52. Этап стабилизации внешнеэкономического комплекса.
53. Этап оптимизации структуры внешнеэкономического комплекса.
54. Этап унификации условий деятельности подразделений организации, на внутреннем и внешнем рынках.
55. Направления развития внешнеэкономической деятельности организации.
56. Формирование территориально-географических приоритетов внешнеэкономической деятельности организации.
57. Реализация стратегии.
58. Мотивация и стимулирование как инструмент совершенствования стратегических решений.

### **Примеры тестовых заданий**

**1. Понимание термина «угрозы и возможности» в буквальном смысле:**

- a) анализ угроз и возможностей - это стандартная процедура в стратегическом управлении
- b) обозначение благоприятных и неблагоприятных тенденций во внешней среде
- c) художественный образ

**2. Перед началом анализа в распоряжении организации находится достаточно много информации, часть которой не понадобится в дальнейшем. Своеобразные «фильтры», позволяющие отсеивать ненужную информацию:**

- a) Технология
- b) Цели
- c) Стратегия
- d) Миссия

**3. Кто предлагает рассматривать внимание менеджера как ограниченный ресурс, влияющий на процесс принятия управленческих решений.**

- a) М.Портер
- b) Г. Саймон
- c) Б. Карлофф
- d) П. Друкер

**4. Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли**

- a) Б. Карлофф
- b) М.Портер
- c) Г. Саймон

**5. Составляющие внешней среды**

- a) Микроокружение
- b) Мегаокружение
- c) Макроокружение
- d) Миниокружение

**6. SWOT-анализ включает ...**

- a) анализ возможностей организации и вероятных угроз
- b) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами
- c) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков
- d) все отмеченное выше

**7. Различия STEP и SWOT анализов:**

- a) SWOT анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации
- b) предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP-анализа только ее внешняя макросреда
- c) SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP-анализ — ее возможностей и внешних угроз

**8. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что ...**

- a) окружение не будет изменяться
- b) в окружении не будет происходить качественных изменений
- c) в окружении постоянно будут происходить изменения

**9. Исходный этап процесса стратегического управления**

- a) анализ среды
- b) определение миссии фирмы
- c) определение целей фирмы
- d) выработка стратегий поведения фирмы на рынке

**10. Общеметодологические принципы, которые должны лежать в основе анализа среды деятельности предприятия**

- a) принцип конкурентоспособности
- b) динамический принцип и принцип сравнительного анализа
- c) метод наблюдения
- d) системный подход



- e) принцип учета специфики предприятия
- f) сравнительный подход
- g) комплексный анализ

**11. Стратегическая зона хозяйствования - это ...**

- a) зона наибольшего хозяйственного риска
- b) перспективный сегмент рынка
- c) сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
- d) свободная экономическая зона

**12. Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам ... ранга.**

- a) Высокого
- b) Низкого
- c) Среднего

**13. Конкуренция между городами возникает по поводу ...**

- a) привлечения квалифицированных кадров
- b) привлечения капиталов
- c) привлечения капиталов и кадров
- d) продажи продукции, производимой на территории данных городов

**14. Центральная компетенция - это ...**

- a) компетенция чиновников центральных министерств и ведомств
- b) компетенция управленческого персонала фирмы
- c) компетенция организации в целом в области производства и реализации продукции
- d) уникальная способность организации осуществлять те или иные функции наилучшим способом

**15. К какой составляющей SWOT-анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы?**

- a) сильные стороны
- b) слабые стороны
- c) возможности
- d) угрозы

**16. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это ...**

- a) STEP – анализ
- b) SWOT- анализ
- c) управленческий анализ»
- d) проблемный анализ

**17. SWOT-анализ происходит на ... ступени ситуационного анализа.**

- a) 1-й
- b) 2-й
- c) 3-й
- d) 4-й
- e) 5-й

**18. Форма представления результатов ситуационного анализа включает:**

- a) мнения специалистов
- b) анализ конкурентной силы
- c) таблица профиля среды организации
- d) главные стратегические действия (проблемы), которые компания должна учесть
- e) индикаторы стратегической деятельности
- f) публикации по проблемам организации
- g) заключение относительно конкурентной позиции +
- h) матрица «Внутренние сильные стороны – внутренние слабости, внешние благоприятные возможности – внешние угрозы»

**19. Принцип, позволяющий исключить из рассмотрения факторы внутренней среды предприятия, не оказывающие влияния на его взаимоотношения с внешней средой**

- a) «Бритва Якокка»
- b) «Бритва Оттава»
- c) «Бритва Оккама»
- d) «Бритва Джилетт»

**9. Основные виды деятельности в цепочке ценностей:**

- a) материально-техническое обеспечение
- b) продажи
- c) закупки
- d) управление людскими ресурсами
- e) производство
- f) коммуникации
- g) анализ конкурентоспособности

**10. Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации**

- a) уровень специализации поставщика
- b) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами
- c) темпы инфляции и нормы налогообложения
- d) последовательность в разработке продуктов
- e) рост доходов ниже среднего

**11. Характеристики корневых компетенций фирмы:**

- a) они должны предоставлять возможность создавать особую ценность для потребителя
- b) их сложно воспроизвести фирмам-конкурентам
- c) они могут быть применены к действиям фирмы на различных рынках
- d) это знания, умения и положение фирмы на рынке
- e) это совокупность определенных ключевых факторов успеха
- f) все перечисленные
- g) правильных ответов нет

**12. Элементы интегральной модели организации, по мнению Д. Бодди и Р. Пэйтона, не подходящие к формированию внутренней среды организации:**

- a) Цели
- b) бизнес-процессы
- c) технология
- d) люди
- e) миссия
- f) власть
- g) стратегия
- h) культура организации
- i) структура

**13. Критерии успешной стратегии**

- a) соответствие среде
- b) конкурентное преимущество
- c) эффективность
- d) полнота охвата всех ключевых аспектов деятельности
- e) внутренняя согласованность составляющих
- f) допустимая степень риска
- g) гибкость

**14. Стратегия управления персоналом относится к ... стратегиям.**

- a) Функциональным

- b) Базовым
- c) Корпоративным
- d) Отраслевым

**15. Классификационные признаки систематизации стратегий**

- a) стадия жизненного цикла отрасли
- b) относительная сила отраслевой позиции организации
- c) организационная структура управления
- d) степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе
- e) базовая концепция достижения конкурентных преимуществ
- f) уровень принятия решений
- g) все перечисленные
- h) правильных ответов нет

**16. Базовые стратегии:**

- a) стратегия роста
- b) стратегия сокращения
- c) стратегия достижения конкурентных преимуществ
- d) комбинированная стратегия
- e) стратегия лидера

**17. Критерии действительно эффективной стратегии фирмы:**

- a) ментальная правильность выбираемой (разрабатываемой) стратегии
- b) ситуационность
- c) уникальность
- d) будущая неопределенность как стратегическая возможность
- e) гибкая адекватность
- f) системность
- g) взаимодополняемость

**18. Стратегия конкурентного поведения последователя за лидером предполагает ...**

- a) активную атаку на лидера
- b) ведение интенсивной конкурентной борьбы
- c) реализацию стратегий инноваций
- d) охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов

**19. Основные области выработки стратегии поведения фирмы на рынке:**

- a) лидерство в минимизации издержек
- b) стратегии поведения в конкурентной среде
- c) специализация в производстве продукции

d) фиксирование определенного сегмента рынка и концентрация усилий фирмы на этом рыночном сегменте

**20. Интегрированный рост организации предполагает ...**

- a) развитие продукта (его совершенствование или создание нового)
- b) реализацию технологически новой продукции на существующих рынках
- c) реализацию технологически новой продукции на новых рынках
- d) получение в собственность и установление контроля за поставщиками, либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами

**21. Стратегия минимизации издержек (лидерства по издержкам) нацелена на ...**

- a) обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами
- b) приданию продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
- c) наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов
- d) более выгодного имиджа организации, рекламной марки продукта (то есть брэнда)

**22. Организационные уровни пирамиды разработки стратегии для диверсифицированной компании:**

- a) Корпоративный
- b) бизнес-стратегии
- c) функциональные стратегии
- d) операционные стратегии
- e) все перечисленные
- f) правильных ответов нет

**23. Выделите наиболее значимые факторы, влияющие на стратегию компании:**

- a) экономические, социальные, политические, юридические, экологические
- b) условия конкуренции, общая привлекательность отрасли
- c) возможности и угрозы
- d) общие ценности и корпоративная культура
- e) личные амбиции, этические принципы высшего руководства компании
- f) сильные и слабые стороны компании, компетенции и конкурентные возможности
- g) все перечисленные

- h) правильных ответов нет

**24. Организационные уровни пирамиды разработки стратегии для однопрофильной компании:**

- a) Корпоративный
- b) бизнес-стратегии
- c) высший уровень иерархии
- d) функциональные стратегии (НИОКР, производство, маркетинг, финансы, персонал и др.)
- e) средний уровень иерархии;
- f) операционные стратегии
- g) низший уровень иерархии

**25. Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли**

- a) концентрированного роста
- b) интегрированного роста
- c) диверсифицированного роста
- d) сокращения

**26. Тип стратегии (из группы стратегии концентрированного роста), который выберет фирма, прилагающая большие усилия в области маркетинга и стремящаяся завоевать лучшие позиции с данным продуктом на данном рынке.**

- a) стратегию развития рынка
- b) стратегию развития продукта
- c) стратегию усиления позиций на рынке

**27. Стратегия, предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – стратегия ...**

- a) развития продукта
- b) обратной вертикальной интеграции
- c) «сбора урожая»
- d) конгломератной диверсификации
- e) сокращения расходов

**28. Стратегии, входящие в «стратегическую пирамиду» одноотраслевого предприятия**

- a) Корпоративная
- b) Деловая
- c) Функциональные
- d) Операционные

**29. Содержание портфельной стратегии включает ...**

- a) расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных видов деятельности
- b) использование технологий по принципу «двойного назначения»
- c) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации
- d) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.
- e) решения о слиянии, приобретении, вхождении в другие интеграционные структуры
- f) все отмеченное выше

**30. Виды корпоративной стратегии диверсификации**

- a) Поглощение
- b) диверсификацию в родственные отрасли
- c) диверсификацию в неродственные отрасли
- d) стратегию свертывания и ликвидации
- e) стратегию приватизации
- f) стратегию многонациональной диверсификации
- g) стратегию реструктурирования, восстановления и экономии

**31. Стратегии, образующие «стратегическую пирамиду» крупной диверсифицированной компании**

- a) корпоративная стратегия
- b) стратегия горизонтальной интеграции
- c) функциональная стратегия
- d) стратегия фокусирования
- e) деловая стратегия
- f) операционная стратегия

**32. Группа стратегий, которой относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию**

- a) концентрированного роста
- b) интегрированного роста
- c) диверсификации
- d) сокращения

**33. Факторы, формирующие стратегию**

- a) социальные, политические, гражданские регулирующие нормы
- b) ориентация коллектива предприятия на стратегию
- c) привлекательность продукции, отрасли

- d) конкурентоспособность фирмы
- e) корпоративная культура

**34. Оценка эффективности реализации стратегии проводится по следующим уровням:**

- a) эффективность реализации отдельных стратегических программ
- b) эффективность работы персонала
- c) степень достижения поставленных стратегических целей
- d) степень соответствия поставленных стратегических целей интересам стейкхолдеров
- e) эффективность работы подразделений

**35. В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать ...**

- a) на желаемый результат, а не на его обязанности и сферу приложения усилий
- b) его обязанности и сферу приложения усилий, а не на желаемый результат
- c) на желаемый результат, и на его обязанности и сферу приложения усилий в комплексе

**36. Стратегические изменения определяются ...**

- a) реальной конкурентной позицией организации
- b) системой мотивации персонала организации и используемой технологией производства
- c) только внутренними особенностями данной конкретной организации
- d) характеристиками существующего и будущего стратегического состояния организации, динамичными изменениями внешней среды

**37. Показатели реализации стратегии и достижения стратегических целей на уровне корпорации включают:**

- a) рентабельность активов и продаж
- b) уровень издержек производства
- c) объем продаж
- d) отгрузку товаров
- e) прибыль на вложенный капитал

**38. Типы систем стратегического контроля**

- a) Корпоративный
- b) Бюрократический
- c) Функциональный
- d) Рыночный
- e) по выходу



**39. Основные функции стратегического контроллинга**

- a) планирование стратегии
- b) контроль процесса реализации общей стратегии
- c) координация всех этапов стратегического управления
- d) мониторинг системы стратегических индикаторов
- e) мотивация персонала на реализацию стратегии

**40. Задача стратегического контроля состоит в том, чтобы не допустить срыва и достичь стратегических целей.**

- a) Да
- b) Нет

**41. Подходы к управлению процессом реализации стратегических изменений:**

- a) Авторитарный
- b) Демократический
- c) Контролирующий
- d) Мотивирующий
- e) подход посредством сотрудничества
- f) либеральный
- g) чемпионский

**42. Пять основных областей стратегических изменений при реализации стратегии**

- a) Персонал
- b) имидж организации
- c) структура организации
- d) культура
- e) стиль управления
- f) системы
- g) внешняя среда
- h) опыт работы

**43. Основные функции управления реализацией стратегии:**

- a) разработка стратегической программы или плана
- b) стратегический контроль
- c) разработка базовой стратегии
- d) мотивация персонала на осуществление стратегии
- e) анализ стратегий

**44. Система специфического внутрифирменного образования (корпоративные университеты) – это ...**

- a) тренинги на основе приглашения внешних специалистов и консультантов
- b) региональные курсы повышения квалификации
- c) заключение договоров с вузами на подготовку собственных специалистов
- d) структурное подразделение организации, выполняющее определенный набор функций, включая образовательные

**45. При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее ...**

- a) административный, жесткий стиль управления
- b) партисипативный стиль управления
- c) комбинация стилей в зависимости от важности и сущности стратегических изменений
- d) демократический стиль управления

**46. Два основных процесса реализации стратегии:**

- a) проведение стратегических изменений в организации
- b) выполнение основных функций управления реализацией стратегии
- c) оперативное управление реализацией стратегии
- d) стратегическое управление реализацией стратегического плана
- e) управление персоналом

**47. Основные элементы организационной культуры**

- a) ценности, социальные установки
- b) уровни иерархии
- c) нравственные принципы и деловая этика
- d) методы управления персоналом
- e) методы мотивации работников
- f) система коммуникации
- g) стиль руководства

**2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

**Вопросы к зачету.**

1. Понятие «стратегическое управление». Взаимосвязь оперативного и стратегического управления.
2. Понятие «стратегия» в рыночных условиях.
3. Миссия как фактор концепции стратегии. Основные аспекты.
4. Долговременные и кратковременные цели, их функции.

5. Виды стратегий, их основные характеристики, области применения.
6. Факторы, формирующие стратегию.
7. Процесс стратегического управления. Понятие, структура, содержание основных элементов.
8. Анализ отрасли и конкуренции. Цель изучения, основные проблемы.
9. Определение доминант экономических показателей.
10. Анализ движущих сил отрасли.
11. Анализ сил конкуренции.
12. Оценка конкурентных позиций соперников.
13. Прогноз действия основных конкурентов.
14. Выявление ключевых факторов успеха.
15. Виды ключевых факторов успеха.
16. Оценка общей привлекательности. Ее ключевые факторы.
17. Анализ текущего состояния компании. Этапы анализа.
18. Индикаторы успешности стратегии.
19. SWOT-анализ. Экономическое содержание метода. Области эффективного использования.
20. Матрица SWOT-анализа.
21. Содержание сильных и слабых сторон организации.
22. Содержание возможностей и угроз для организации.
23. Отличительная компетенция. Понятие, содержание анализа.
24. Стратегический анализ затрат.
25. Структура оценки конкурентных позиций фирмы.
26. Общие конкурентные стратегии. Матрица стратегий бизнеса М. Портера.
27. Стратегия лидерства и снижения издержек. Понятие и ее содержание, основные риски.
28. Стратегия дифференциации (специализации). Понятие, содержание, основные риски.
29. Стратегия фокусирования (особого внимания). Понятие, содержание, основные риски.
30. Стратегии защиты позиций на рынке.
31. Стратегия роста и развития. Основные характеристики, области эффективного применения.
32. Стратегия роста, ее виды.
33. Стратегия вертикальной интеграции, ее виды, недостатки. Область применения.
34. Стратегия диверсифицированного роста. Область применения.
35. Основные виды стратегии диверсифицированного роста.
36. Стратегия целенаправленного сокращения объемов деятельности фирмы. Область применения.
37. Этапы развития внешнеэкономической деятельности.

38. Направления развития внешнеэкономической деятельности организации.
39. Формирование территориально-географических приоритетов внешнеэкономической деятельности организации.
40. Совершенствование механизма управления внешнеэкономическим комплексом организации.
41. Типы стратегий. Области применения стратегий.
42. Стратегия диверсифицированного роста.
43. Конгломеративная диверсификация.
44. Концентрическая диверсификация.
45. Горизонтальная диверсификация.
46. Цепочки издержек: работа с поставщиками, непосредственное производство, деятельность по распределению.
47. Интегрированная оценка конкурентной позиции фирмы. Основные направления оценки. Особенности оценки российских предприятий.
48. Ключевые индикаторы успешности выбранной стратегии.
49. Операционная прибыль по отношению к конкурентам.
50. Чистая прибыль и отдача от инвестиций.
51. Оценка сильных и слабых сторон (изучение внутренней среды).
52. Матрица Дженерал Электрик - МакКинси.
53. Слабая позиция в отрасли с высокой притягательностью.
54. Долговременная привлекательность отрасли.
55. Матрица баланса жизненных циклов (Литтл и Хофер).
56. Стадии эволюции спроса в отрасли.
57. Многонациональные стратегии диверсификации.

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.

#### 3.1. Текущий контроль успеваемости студентов

Текущий контроль успеваемости – это установление уровня знаний, умений, владений студентов по отношению к объему и содержанию разделов (модулей, частей) учебных дисциплин, представленных и утвержденных в учебных планах и учебных программах.

Текущий контроль успеваемости осуществляется через комплекс испытаний студентов в виде устных и письменных опросов, коллоквиумов, контрольных работ, проверки домашних заданий, защиты отчетов, компьютерного и бланочного тестирования. Возможны и другие виды контроля по усмотрению кафедры, обеспечивающей учебный процесс по данной дисциплине, в том числе, контроль посещаемости занятий.

В систему текущего контроля рекомендуется вводить необязательные мероприятия, позволяющие повысить семестровый рейтинг, например, участие в олимпиадах, научное исследование, участие в научных конференциях с докладом по теме изучаемого предмета и т.д. с назначением определенных баллов, прибавляемых к семестровому рейтингу по дисциплине. При этом рейтинг не должен превышать 100 баллов.

Для текущего контроля успеваемости на кафедрах, осуществляющих учебный процесс, создаются и периодически актуализируются банки тестов, заданий, программы компьютерных проверок и т.п. материалы.

Виды и сроки проведения мероприятий текущего контроля устанавливаются рабочей программой учебной дисциплины.

### 3.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация студентов – это установление уровня знаний, умений, владений обучаемых, как показателя уровня освоения требуемых компетенций, по отношению к объему и содержанию семестровых частей учебных дисциплин или дисциплин в целом.

Оценка промежуточной аттестации студента по дисциплине формируется на основании семестрового рейтинга текущего контроля и рейтинга зачетного и/или экзаменационного испытания.

Зачетное/экзаменационное испытание проводится в сроки, устанавливаемые в соответствии с утвержденными учебными планами, календарными учебными графиками, приказами.

Преподаватель имеет право принять у студента зачет и/или экзамен только при наличии первичных документов по учету результатов промежуточной аттестации. Первичными документами являются экзаменационные и зачетные ведомости, индивидуальные разрешения на сдачу зачетов, экзаменов, курсовых проектов (работ). Все первичные документы должны передаваться в деканат преподавателем лично не позднее следующего дня после проведения испытания промежуточной аттестации.

По результатам промежуточной аттестации студенту, кроме итогового рейтинга по 100-балльной шкале, выставляется итоговая отметка, которая может быть дифференцированной («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»), либо недифференцированной («зачтено», «не зачтено»).

При аттестации на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «зачтено» студент считается получившим положительную оценку и прошедшим промежуточную аттестацию. Положительные оценки и соответствующие рейтинги заносятся в первичные документы и зачетные книжки студентов. Записи в зачетных книжках студентов должны осуществляться только после оформления первичных документов.

Оценки «неудовлетворительно» и «не зачтено» проставляются только в первичные документы.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по одному или нескольким учебным курсам, дисциплинам (модулям) образовательной программы или непрохождение промежуточной аттестации в установленные сроки признаются академической задолженностью. Студенты обязаны ликвидировать академическую задолженность.

Виды и сроки проведения мероприятий промежуточной аттестации устанавливаются рабочей программой учебной дисциплины.