Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.10.2026 10:04:43
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322525

Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Стратегический менеджмент (научный семинар)

наименование дисциплины (модуля)

Направление подготовки (специальность)

38.05.01 Экономическая безопасность

Направленность (профиль)

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Присваиваемая квалификация

Специалист

Челябинск 2025 г.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: ***38.05.01 Экономическая безопасность***
Направленность (профиль) ***Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности***
Дисциплина: ***Стратегический менеджмент (научный семинар)***
Семестры изучения: ***5***
Формы промежуточной аттестации: ***зачет.***

Примечание: в случае использования балльно-рейтинговой системы для оценивания результатов – указать данную информацию.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Стратегический менеджмент (научный семинар)» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС) (ОПОП ВО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Критически анализирует проблемную ситуацию с целью выработки стратегии действий, аргументировано формулирует собственные суждения и оценки. УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения проблемной ситуации.	Знать: - основы стратегического планирования системы экономической безопасности хозяйствующего субъекта Уметь: критически анализировать проблемную ситуацию с целью выработки стратегии действий, аргументированно формулировать собственные суждения и оценки. Владеть: навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий.
ПК-4	Способен осуществлять подготовку экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации	ПК-4.1. Знает экономические показатели результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации. ПК-4.2. Умеет составлять и анализировать финансово-экономическую отчетность организации. ПК-4.3. Владеет методами экономико-математического и статистического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений.	Знать: - экономические показатели результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации. Уметь: систематизировать и анализировать виды экономических расчетов, необходимые для составления стратегических разделов планов, и обосновывать их в соответствии с принятыми стандартами.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

			Владеть: навыками анализа результатов работы команды по стратегическому планированию и личных действий в ней.

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	УК-1, ПК-4	Раздел 1. Стратегия предприятия, стратегическое планирование	Вопросы для устного опроса № 1-10	Задания теста № 1-10 Вопросы для собеседования № 1-20
2	УК-1, ПК-4	Раздел 2. Ситуационный анализ организации	Вопросы для устного опроса № 11-13	Задания теста № 11-19 Вопросы для собеседования № 21-40
3	УК-1, ПК-4	Раздел 3. Стратегический потенциал организации, разработка бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности в организации	Вопросы для устного опроса № 14-23	Задания теста № 20-50 Вопросы для собеседования № 41-60

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

3.2.1 Тематика докладов

1. Роль стратегического менеджмента в постиндустриальную эпоху.
2. Объекты, уровни и методы стратегического планирования экономической безопасности бизнеса.
3. Оценка нестабильности внешней среды и выбор системы управления фирмой (корпорацией).
4. Стратегическое управление и государственное регулирование экономики.
5. Процесс (этапы) стратегического планирования экономической безопасности бизнеса.
6. Исследование и классификация стратегий организации.
7. Стратегический анализ внешней среды фирмы.
8. Стратегический анализ внутренней среды фирмы.
9. Стратегический анализ издержек и цепочка ценностей.
10. Анализ конкурентного преимущества фирмы.
11. Прогнозирование внешней среды фирмы.
12. Анализ и прогнозирование общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
13. Определение целей организации. Построение и оценка дерева целей организации.
14. Анализ факторов, формирующих стратегию экономической безопасности.
15. Стратегия экономической безопасности и конкурентное преимущество.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

16. Сравнительный анализ разных стратегий обеспечения экономической безопасности фирмы.

17. Анализ стратегий на разных этапах жизненного цикла отрасли.

18. Стратегии конкуренции на международных рынках.

19. Стратегические альянсы.

20. Разработка и обоснование стратегии организации (корпорации, фирмы, предприятия, банка, страховой компании, университета и др. коммерческих и некоммерческих организаций).

21. Реализация стратегий организации: программы, бюджеты, бизнес-планы и т.д. Программные методы реализации стратегии организации.

22. Разработка корпоративной стратегии фирмы.

23. Стратегия диверсификации корпорации.

24. Стратегия восстановления, экономии и реструктуризации портфеля фирмы.

25. Стратегия транснациональной диверсификации корпорации.

26. Комбинированные стратегии диверсификации.

27. Разработка деловой стратегии фирмы (стратегии бизнеса, конкурентной стратегии).

28. Стратегия низких издержек фирмы.

29. Стратегия дифференциации фирмы.

30. Стратегия оптимальных издержек фирмы.

31. Стратегия фокусирования фирмы.

32. Стратегия инноваций организации

33. Стратегия быстрого реагирования.

34. Стратегия вертикальной интеграции.

35. Наступательная стратегия фирмы.

36. Оборонительная стратегия фирмы.

37. Разработка функциональной стратегии фирмы.

38. Маркетинговая стратегия организации.

39. Стратегия ценообразования организации.

40. Инвестиционная стратегия организации.

41. Финансовая стратегия организации.

42. Товарная стратегия фирмы.

43. Разработка стратегии планирования системы экономической безопасности бизнеса.

44. Разработка бизнес-плана фирмы.

45. Разработка стратегического плана фирмы.

46. Стратегический анализ диверсифицированных компаний.

47. Оценка диверсифицированного портфеля с использованием матричного анализа.

48. Стратегия обеспечения экономической безопасности и организационная структура фирмы.

49. Выполнение структуры: культура и руководство.

3.2.2 Вопросы для собеседования

1. Какова позиция и роль стратегического управления в общей системе менеджмента?

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

2. Дайте определение понятию «стратегическое управление». Выделите в содержании этого понятия ключевые термины, являющиеся самостоятельными понятиями.

3. В чем заключаются основные причины возникновения стратегического управления?

4. Определите специфические особенности стратегического управления по сравнению с тактическим и оперативным. Перечислите основные понятия, составляющие «язык» стратегического управления. Раскройте содержание этих понятий. Что понимается под объектом и предметом стратегического управления? Приведите примеры.

5. Каково основное содержание этапов стратегического управления?

6. В чем отличие понятий «миссия», «стратегические установки», «цели» и «задачи» в стратегическом управлении?

7. Как формируется миссия организации?

8. Каким образом обеспечивается единство миссии, целей и стратегии организации и их непротиворечивость?

9. Дайте характеристику и определите содержание трех стадий стратегического управления — планирования, реализации стратегии, стратегического контроля.

10. Какие стратегии разного уровня могут быть в организации, где вы работаете (учитесь)?

11. Попытайтесь охарактеризовать место и роль стратегического управления в России.

12. Что понимается под стратегией предприятия?

13. Приведите классификацию стратегий предприятия. Что лежит в основе этой классификации?

14. Чем отличается корпоративная стратегия от других стратегий предприятия?

15. На каком уровне стратегических решений принимается корпоративная стратегия?

16. Охарактеризуйте основные стратегии бизнеса.

17. Назовите базовые стратегии конкуренции.

18. Каковы условия реализации и риски стратегии лидерства в издержках?

19. В чем проявляются преимущества и недостатки стратегии дифференциации?

20. Охарактеризуйте стратегию фокусирования.

21. Что понимается под стратегией диверсификации?

22. Каковы особенности процесса развития конкурентных стратегий в современном мире?

23. Какие конкурентные стратегии используются сегодня на российских предприятиях?

24. Назовите виды функциональных стратегий и охарактеризуйте их.

25. Раскройте содержание понятия «производственная стратегия».

26. Почему стратегию управления персоналом называют ключевой функциональной стратегией?

27. Почему менеджмент знаний можно рассматривать как конкурентную стратегию?

28. Что такое внешняя среда организации и каковы ее основные характеристики? Каковы цели внешнего анализа организации?

29.Что такое SWOT - анализ и для чего он нужен?

30. Попробуйте провести SWOT-анализ внешней среды предприятий и организаций вашего города, района.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

31. Какие тенденции развития российского рынка можно рассматривать как возможности, а какие — как угрозы? Обоснуйте свой ответ.

32. Как изменения макросреды могут влиять на компанию через заинтересованные группы в микросреде? Приведите примеры из российской практики.

33. Приведите примеры отраслей, где барьерами входа в отрасль для новых производителей являются:

а) крупные капиталовложения;

б) низкая стоимость производства;

в) патенты;

г) высокая квалификация персонала.

34. Приведите пример хорошо работающей фирмы любой отрасли (можно воспользоваться материалами газет или журналов). Что, по вашему мнению, является факторами успеха данной фирмы?

35. Выделите стратегические группы конкурентов, действующие на российском рынке в производстве и продаже следующих продуктов:

а) кондитерские изделия;

б) прохладительные напитки;

в) легковые автомобили;

г) косметические товары;

д) мебель и другие.

Охарактеризуйте критерии выделения стратегических групп.

36. Какие источники и виды информации об окружающей среде управления в сфере, которая вас интересует профессионально, вы считаете наиболее существенными для достижения долгосрочного рыночного успеха?

37. Что, по вашему мнению, нужно сделать для повышения инвестиционной привлекательности вашего региона, чтобы получить быструю и значительную отдачу?

38. Какой вид окружающей среды важнее — прямого или косвенного воздействия? Определите окружающую среду прямого и косвенного воздействия для банка, финансовой компании, торговой фирмы.

39. Назовите цели и направления управленческого анализа. Обсудите возможные подходы к проведению управленческого анализа.

40. Что дает «цепочка ценностей» М. Портера для анализа предприятия?

41. Каково влияние организационной культуры и имиджа на стратегическую позицию организации?

42. Как оценивается стратегический потенциал организации?

43. Как используется модель «цепочки ценностей (затрат)» для проведения стратегического анализа издержек?

44. Почему в современных организациях важно разрабатывать и использовать стратегию?

45. Существенно ли различаются стратегия многопрофильной организации (конгломератного типа) и стратегия фирмы, ориентированной на производство товара одного вида? В чем это различие?

46. Из каких элементов состоит цикл стратегического планирования? Почему стратегическое планирование — это непрерывный процесс?

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

47. Какие ролевые стратегии фирм вы можете назвать? В чем состоит каждая из них? Приведите примеры.

48. Проанализируйте деятельность вашего вуза с точки зрения матрицы Бостонской консультативной группы. Какая из стратегий наиболее желательна в будущем? Какие другие варианты возможны? Можете ли вы предложить свой вариант?

49. Какие этапы стратегического управления охватывает модель стратегического планирования?

50. Какие требования предъявляются к стратегическим планам?

51. Охарактеризуйте структуру стратегического плана?

52. Каковы преимущества и недостатки корпоративной формы бизнеса?

53. Охарактеризуйте основные подходы и принципы управления корпорацией. Раскройте состав основных элементов (блоков) корпорации как системы.

54. В чем состоит корпоративное управление? Какова его сущность?

55. Каковы основные цели корпоративной стратегии?

56. Какие группы базовых стратегий выделяются в стратегическом управлении?

57. Поясните сущность стратегии концентрированного роста корпорации. Охарактеризуйте особенности применения стратегии интегрированного роста.

58. Какие вы знаете способы диверсификации Корпорации?

59. Охарактеризуйте основные условия успешной реализации стратегии в компании.

60. Какие стратегии, по вашему мнению, характерны для современных российских предприятий?

3.2.3 Вопросы для устного опроса

1. Роль стратегического менеджмента в постиндустриальную эпоху;
2. Объекты, уровни и методы стратегического управления
3. Оценка нестабильности внешней среды и выбор системы управления фирмой (корпорацией).
4. Стратегическое управление и государственное регулирование экономики.
5. 1960-е годы. К, Эндрюс. Ф. Селзник. А. Чандлер. Научный вклад. Недостатки теории;
6. 1970-е годы. Школа «стратегического планирования»: суть концепции, основные идеи, И. Ансофф. Дж. Стейнер. Научный вклад. Критика школы;
7. 1980-1990-е годы. Школа рыночного позиционирования. М. Портер, достоинства и недостатки теории;
8. Школа предпринимательства: Й. Шумпетер, А. Коул, П. Друкер, Г. Минцберг.
9. Классификация целей по периоду установления, по качественному признаку, по функциональному признаку;
10. Стратегические и тактические цели, операциональные цели, задачи.
11. В чем отличие понятий «миссия», «стратегические установки», «цели» и «задачи» в стратегическом управлении;
12. Процесс (этапы) стратегического управления организацией.
13. Исследование и классификация стратегий организации.
14. Стратегический анализ внешней среды фирмы;
15. Стратегический анализ внутренней среды фирмы;
16. Анализ конкурентного преимущества фирмы.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

17. Прогнозирование внешней среды фирмы.
18. Анализ и прогнозирование общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
19. Определение целей организации. Построение и оценка дерева целей организации.
20. Маркетинговые стратегии организации
21. Анализ факторов, формирующих стратегию.
23. Стратегия и конкурентное преимущество.
24. Разработка стратегии развития региона.
25. Разработка бизнес-плана фирмы.
26. Разработка стратегического плана фирмы.
27. Разработка деловой стратегии фирмы (стратегии бизнеса, конкурентной стратегии).
28. Финансовая стратегия организации.
29. Товарная стратегия фирмы.
30. Разработка бизнес-плана фирмы.
31. Оценка диверсифицированного портфеля с использованием матричного анализа.
32. Разработка стратегического плана фирмы.
33. Разработка организационной структуры управления в соответствии со стратегией
34. Проектирование систем управления;
35. Центры ответственности и принятия решений.

3.2.4 База тестовых вопросов

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов (полужирным шрифтом – верные варианты)
Раздел 1. Стратегия предприятия, стратегическое планирование		
1	Что такое стратегическое управление?	1) управление объектами, имеющими стратегическое значение; 2) управление, при котором устанавливаются стратегические цели; 3) планирование на длительный срок; 4) постановка масштабных задач; 5) управление, ориентированное на достижение в отдаленном будущем целей, учитывающих тенденции развития внешней среды.
2	Кто является субъектом стратегического управления?	1) любая организация; 2) предприятие, на котором налажено стратегическое планирование; 3) все хозяйствующие субъекты; 4) крупные корпорации, преследующие широкомасштабные цели; 5) только коммерческие предприятия.
3	Что такое стратегия?	1) это общее направление, путь к достижению

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

		целей; 2) это набор ограничений, мешающих достижению целей; 3) стратегия и политика компании - одно и то же; 4) стратегия выражает предпочтения высшего руководства; 5) общее представление о главных целях фирмы.
4	В чем смысл понятия базисной стратегии?	1) это стратегия выпуска новой продукции; 2) это стратегия освоения новых рынков; 3) это любая избранная стратегия; 4) синоним основной стратегии; 5) стратегия головной фирмы, которой должны следовать филиалы и отделения.
5	Ключевые факторы успеха предприятия в отрасли лежат в области:	1) производства; 2) спроса; 3) конкуренции; 4) стратегического менеджмента; 5) государственных интересов.
6	Высший уровень стратегического менеджмента – это:	1) корпоративный; 2) деловой; 3) общественный.
7	Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:	1) стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы; 2) анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии; 3) стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование.
8	Стратегия определяет:	1) границы возможных действий фирмы и принимаемых управленческих решений; 2) сознательность управления фирмой; 3) эффективность использования внутреннего и внешнего потенциала.
9	Чем отличается система стратегических планов от обычного планирования?	1) она охватывает больше разных временных отрезков; 2) это планы на более длительную перспективу; 3) это иерархия разно уровневых планов по характеру целей и предмету планирования; 4) это планы расширения производства; 5) принципиально ничем не отличаются.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

10	Можно ли определить стратегический характер планирования, исходя из величины горизонта планирования?	1) да, всякое планирование на срок более 3-х лет является стратегическим; 2) да, когда объем предстоящих затрат составляет более полугодового бюджета организации; 3) можно, но лишь для некоторых отраслей экономики; 4) нельзя ни при каких обстоятельствах; 5) можно, если горизонт планирования превышает 10 лет.
Раздел 2. Ситуационный анализ организации		
11	Микросреда характеризуется следующими факторами:	1) экономическими; 2) технологическими; 3) демографическими; 4) политико-правовыми; 5) отраслевыми; 6) конкурентными. 7) социально-культурными.
12	Конкурентоспособность государства, по М. Портеру, зависит от:	1) конкурентных факторов, обеспечивающих успешную конкуренцию в отрасли; 2) наличия финансовых ресурсов для реализации инвестиционных проектов; 3) условий спроса на внешнем рынке; 4) наличия филиалов предприятия за рубежом; 5) наличия в стране родственных или поддерживающих отраслей; 6) тенденций изменения показателей деятельности национальных предприятий; 7) стратегии предприятий и характера конкуренции на внутреннем рынке; 8) степени централизации национальной экономики.
13	На стадии спада отрасли М. Портер предлагает использовать следующие стратегии:	1) лидерство; 2) «снятие сливок»; 3) создание или защита определенных сегментов; 4) инновационную; 5) сбора зрелых плодов; 6) быстрого выхода.
14	При формировании стратегии на стадии возникновения отрасли необходимо решить следующие важные проблемы:	1) стать лидером по издержкам; 2) получить доступ к необходимым для производства и сбыта ресурсам; 3) определить механизм формирования конкурентного преимущества;

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

		4) сформировать фирменный стиль торговой марки.
15	Основными элементами микросреды являются:	1) размер рынка; 2) отрасль; 3) научно-технический прогресс; 4) конкуренты; 5) покупатели; 6) товар.
16	Силы конкуренции, по М. Портеру:	1) угроза появления новых конкурентов; 2) инфляция; 3) рыночная власть поставщиков; 4) жизненный цикл отрасли; 5) угроза появления товаров заменителей; 6) рыночная власть покупателей; 7) фирмы, конкурирующие в отрасли.
17	Нестабильность внешней среды возрастает вследствие:	1) вхождения отрасли в стадию зрелости; 2) динамичностью событий; 3) степени усложнения обстановки; 4) угрозы появления новых конкурентов.
18	Слабые сигналы это:	1) темпы изменения событий во внешней среде; 2) ограниченная и неточная информация о событиях; 3) потенциально-опасные события, медленно проявляющиеся во внешней среде.
19	Что подразумевает PEST-анализ?	1) анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, способных повлиять на деятельность фирмы; 2) группировку всех факторов внутренней среды и изучение каждой из них в контексте влияния на развитие фирмы; 3) Изучение наиболее сильных конкурентов фирмы.
Раздел 3. Стратегический потенциал организации, разработка бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности в организации		
20	Что такое заинтересованные группы?	1) общественные организации, занимающиеся охраной окружающей среды и т.п.; 2) владельцы акций компании; 3) коллективы структурных подразделений компании; 4) брокеры, торгующие акциями данной ком-пании;

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

		5) все группы и отдельные лица, связанные с данной компанией какими-либо отношениями.
21	Что является продуктом процесса стратегического планирования?	1) набор стратегических ориентиров на будущий период; 2) повышение организационной культуры; 3) объединение всего персонала вокруг общей идеи; 4) все перечисленное выше; 5) система планов.
22	Стратегические возможности внешнеэкономической деятельности предприятия сводятся к:	1) укреплению национального производства и вывозу товаров за рубеж; 2) следованию стратегий низких издержек; 3) передачи иностранным предприятиям права на использование собственных технологий; 4) следованию стратегии дифференциации товара по одним и тем же характеристикам в различных странах; 5) следованию стратегии фокусирования для достижения постоянного конкурентного преимущества на целевых нишах; 6) все перечисленное выше.
23	В качестве угроз для предприятия могут быть:	1) рост рынка выпускаемой продукции; 2) низкий уровень маркетинговых исследований; 3) спад производства; 4) уменьшение рынка продукции; 5) невысокий уровень конкуренции; 6) ценовые преимущества; 7) неплатежи; 8) снижение курса национальной валюты; 9) возможность производить продукцию на уровне мировых стандартов; 10) повышение курса национальной валюты; 11) высокие налоги.
24	Для чего может использоваться модель Бостонской консультативной группы?	1) Для формирования конкурентной стратегии фирмы 2) Для формирования портфельной стратегии фирмы 3) Для формирования бизнес-стратегии фирмы
25	Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и	1) SWOT-анализ; 2) STEP-анализ; 3) управленческий анализ.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

	слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:	
26	Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:	1) стратегическое планирование; 2) стратегия; 3) SWOT – анализ; 4) стратегическое управление.
27	Что это за определение стратегического менеджмента: «источник формирования конкурентного преимущества организации»?	1) потенциал; 2) сцена; 3) целевые установки; 4) миссия.
28	К какой концепции относится данное определение: Модель представляет из себя матрицу, состоящую из 9 ячеек для отображения и сравнительного анализа стратегических позиций направлений хозяйственной деятельности организации.	1) концепция Бостонской консультативной группы; 2) концепция Дженерал Электрик/Маккензи; 3) концепция Артур де Литтл; 4) концепция конкуренции Shell/DPM.
29	К какой концепции относится данное определение: Основное теоретическое положение модели состоит в том, что и отдельно взятый вид бизнеса любой организации может находиться на одной из указанных стадий жизненного цикла, и, следовательно, его нужно анализировать в соответствии именно с этой стадией.	1. концепция Бостонской консультативной группы; 2. концепция Дженерал Электрик/Маккензи; 3. концепция Артур де Литтл; 4. концепция конкуренции Shell/DPM.
30	К какой концепции относится данное определение: матрица этой модели, как и матрица GE/McKinsey, является двухфакторной матрицей размерности 3х3, базирующейся на множественных оценках как качественных, так и количественных параметров бизнеса.	1) концепция Бостонской консультативной группы; 2) концепция Дженерал Электрик/Маккензи; 3) концепция Артур де Литтл; 4) концепция конкуренции Shell/DPM.
31	Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия	1) «Собаки»; 2) «Дойные коровы»; 3) «Трудные дети»; 4) «Звезды».

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

	соответствует данной характеристике: «Довольствоваться своим положением, либо сокращать его, либо ликвидировать данный вид бизнеса в своей организации»	
32	Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Стараться сохранять или увеличивать долю своего бизнеса на рынке»	1) «Собаки»; 2) «Дойные коровы»; 3) «Трудные дети»; 4) «Звезды».
33	Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Либо идти на увеличение доли бизнеса на рынке, либо довольствоваться тем, что достигнуто, либо сокращать данный бизнес»	1) «Собаки»; 2) «Дойные коровы»; 3) «Трудные дети»; 4) «Звезды».
34	Виды бизнеса, попадающие в три клетки, расположенные вдоль диагонали, идущей от нижнего левого к верхнему правому краю матрицы, то этот бизнес относится по матрице GE/McKinsey к:	1) пограничным; 2) сомнительным; 3) проигравшим; 4) победившим.
35	Модель ADL предполагает четыре стадии зрелости отрасли: рождение, рост, зрелость, старость. По приведенной характеристике определите стадию зрелости: На этой стадии продукция отрасли начинает пользоваться спросом у все большего числа покупателей, и конкуренты начинают бороться за получение все больших долей «увеличивающегося доходного пирога».	1) рождение; 2) рост; 3) зрелость; 4) старость.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

36	Разбивка модели Shell/DPM на 9 клеток (в виде матрицы 3х3) сделана не случайно. Каждая из 9 клеток соответствует специфической стратегии. Определите какую позицию характерная для «Лидера бизнеса»:	1) отрасль привлекательна и организация имеет в ней сильные позиции, являясь лидером; потенциальный рынок велик, темпы роста рынка высокие; слабых сторон организации, а также явных угроз со стороны конкурентов не отмечается. 2) отрасль умеренно привлекательна, но организация занимает в ней сильные позиции. Такое организация является одним из лидеров, находящимся в зрелом возрасте жизненного цикла данного бизнеса. Рынок является умеренно растущим или стабильным, с хорошей нормой прибыли и без присутствия на нем какого-либо другого сильного конкурента. 3) организация занимает достаточно сильные позиции в непривлекательной отрасли. Оно, если не лидер, то один из лидеров здесь. Рынок является стабильным, но сокращающимся, а норма прибыли в отрасли – снижающейся. Существует определенная угроза и со стороны конкурентов, хотя продуктивность организации высока, а издержки низки. 4) организация занимает среднее положение в привлекательной отрасли. Поскольку доля рынка, качество продукции, а также репутация организации достаточно высоки (почти такие же, как и у отраслевого лидера), то организация может превратиться в лидера, если разместит свои ресурсы надлежащим образом.
37	Каковы предпосылки стратегического планирования?	1) это допущения, которые принимаются как возможные события или процессы при составлении стратегических планов; 2) это экстраполированные тенденции развития планирующей организации за последний год деятельности; 3) наличие грамотного руководителя; 4) наличие масштабной цели и группы опытных специалистов по планированию; достаточной предпосылкой является стремление расширить масштабы деятельности.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

38	С какими ключевыми вопросами связан процесс стратегического маркетинга:	1) кто покупатель продукции предприятия? 2) в каком бизнесе находится предприятие? 3) какое позиционирование может быть избрано предприятием на рынках товара, образующих его базовый рынок? 4) в чем ценность продукта для потребителя? 5) какова привлекательность рынков товаров, учитывая возможности и угрозы? 6) в чем «сила» и «слабости» предприятия, на основе которых формируются его преимущества? 7) какова стратегия развития предприятия? 1) какова стратегия охвата рынка?
39	Какие из перечисленных этапов не относятся к формированию стратегического маркетинга?	1) формирование миссии и целей; 2) формирование экономической политики предприятия; 3) формирование инвестиционной деятельности предприятия; 1) формирование товарного ассортимента.
40	Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы концепции стратегического маркетинга, анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, классификации и анализа конкурентов, планирования сбыта и товародвижения, планирования рекламной кампании – это:	1) стратегический план производства; 2) стратегический план управления персоналом; 3) стратегический план маркетинга
41	Стратегия ценообразования предусматривает несколько разновидностей:	1) «снятия сливок»; 2) диверсификации; 3) корпоративной стратегии экономии; проникновения на рынок.
42	Назовите объекты сегментации рынка:	1) цена; 2) потребители; 3) предприятия; 4) экономическая среда; 5) продукция; спрос.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

43	При формировании стратегии на стадии возникновения отрасли необходимо решить следующие важные проблемы:	1) стать лидером по издержкам; 2) получить доступ к необходимым для производства и сбыта ресурсам; 3) определить механизм формирования конкурентного преимущества; сформировать фирменный стиль торговой марки.
44	Правда ли, что на стадии роста отрасли:	1) ведется конкурентная борьба за величину рыночной доли; 2) технический прогресс может свести на нет эффект инвестиций и опыта; фактор дифференциации продукции теряет свое значение.
45	На стадии зрелости отрасли нельзя осуществлять:	1) инновации в производство; 2) отбор «хороших» покупателей; производство продукта с огромным разнообразием модельного ряда.
46	В основе стратегии лидерства по издержкам лежит:	1) анализ уязвимости маркетинга и риск инвестиций; 2) опыт производства данной продукции; 3) структура хозяйственного портфеля; масштаб производства.
47	Стратегия дифференциации предполагает:	1) риск появления новых конкурентов с товаром-заменителем; 2) создание продукта уникального на уровне отрасли; необходимость низкой, себестоимости продукции.
48	Стратегия фокусирования направлена на:	1) изменение вкусов потребителей; 2) удовлетворение потребностей с большей эффективностью, чем конкуренты; увеличение гибкости в конкурентной борьбе.
49	Что такое диверсификация?	1) принцип маркетинговой деятельности; 2) провозглашение намерений предприятия в какой-либо области; 3) расширение товарного ассортимента; особый этап стратегического планирования.
50	Может ли диверсификация обеспечить преимущества, если:	1) необходима предприятию как средство выживания в течение продолжительного времени; 2) имеется благоприятный организационный климат; 3) ведет к синергизму;

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

		4) предоставляет широкий выбор продуктов; 5) способствует эффективному использованию избытка средств; все перечисленное выше.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

4.1.1 Критерии оценивания научно-исследовательской работы

- знание актуальности исследования, цели и задач исследования, объекта и предмета исследования, видов экономических рисков, параметров оценки и анализа экономических рисков,

- демонстрация умения обосновать актуальность проблемы и степень ее научной разработанности, идентифицировать экономические риски,

- овладение навыками разработки цели и задач исследования на основе обоснования актуальности проблемы в сфере экономической безопасности и степени ее научной разработанности, анализа влияния экономических рисков на обеспечение экономической безопасности.

Процедура оценки:

Аттестация результатов научно-исследовательской работы проводится в форме защиты отчета по научно-исследовательской работе (с оценкой), принимаемой преподавателем кафедры, в установленный расписанием день.

В день проведения защиты отчета обучающийся предоставляет:

- дневник выполнения НИР, заверенный непосредственным руководителем научно-исследовательской работы;

- отчет по научно-исследовательской работе.

Зачет по результатам научно-исследовательской работе является дифференцированным, с выставлением оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1. Критерии оценивания теста

Максимальный балл за тест — 100 баллов.

Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Баллы	100-96 баллов	95-76 баллов	60-75 балл	60-0 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	недостаточный

4.2.2. Критерии оценивания собеседования и доклада

Максимальный балл за ответ на теоретический вопрос – 100 баллов.

Отлично	**Хорошо**	**Удовлетворительно**	**Неудовлетворительно**
90-100 баллов	70-80 баллов	50-60 баллов	0-40 балла
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Средний уровень освоения проверяемых компетенций	Базовый уровень уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий (в том числе на иностранном языке). Обучающийся практически не допускает ошибок.	Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий (в том числе на иностранном языке). Обучающийся допускает незначительные ошибки.	Обучающийся знаком с материалом, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом. Обучающийся допускает фактические и языковые ошибки, не оперирует лексическим запасом по теме.	Обучающийся не знает основных положений вопроса, не ориентируется в основных понятиях, излагает материал с трудом, с грубыми фактическими и языковыми ошибками, либо отказывается от ответов на вопрос.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

0-49 баллов - неудовлетворительно (2);
50-69 баллов - удовлетворительно (3);
70-90 баллов - хорошо (4);
91-100 баллов - отлично (5).

Особенности проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично:
   - предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются навыки составления информационных обзоров по национальной и международной практике стратегического менеджмента, навыки систематизации данных, необходимых для решения экономических задач
   - студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию о состоянии и проблемах развития стратегического менеджмента, формулировать собственные выводы.
2. Средний уровень соответствует оценке хорошо:
   - предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируется комплексное знание особенностей применения и понимания национальных и международных стандартов стратегического менеджмента, умение сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения экономических задач;
   - студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».
3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно:
   - предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений и принципов стратегического менеджмента;
   - студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого теста. Количество правильных ответов – не менее 50%.
4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

38.05.01, Экономика, Экономическая безопасность и управление рисками в цифровой экономике, Стратегический менеджмент (научный семинар), 2025 год набора

Проректор по учебной работе утверждено 21.02.2025 А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 1 от 11.02.2025

Председатель Ученого совета
факультета экономики и управления согласовано А.А. Егорова

Заседанием кафедры экономической теории и регионального развития

Протокол заседания № 8 от 04.02.2025

Заведующий кафедрой согласовано А.А. Саламатов

Автор (составитель) Г.Н. Пряхин

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»