

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМ и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2026 16:14:54

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

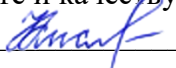
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра управления, сервисных технологий и экономического образования

Утверждаю

Проректор по учебно-методической
работе и качеству образования

 Н.Н. Кислова

Фишман Лев Исаакович

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Основы стратегического менеджмента»

Направление подготовки:

43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): «Финансовый сервис»

Квалификация выпускника

Бакалавр

Рассмотрено

Протокол № 11 от 23.06.2026

Заседания кафедры управления, сервисных
технологий и экономического образования

Одобрено

Начальник

Управления

образовательных программ



Н.А. Доманина

Пояснительная записка

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для промежуточной аттестации по дисциплине «Основы стратегического менеджмента» разработан в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 514; (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47236), с изменениями, внесенными приказами Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 мая 2021 г., регистрационный № 63650) и от 8 февраля 2021 г. № 83 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 12 марта 2021 г., регистрационный № 62739), основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль): «Финансовый сервис» с учетом требований профессиональных стандартов 40.053 «Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 31 октября 2014 г. № 864н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 ноября 2014 г., регистрационный № 34867); 08.008 «Специалист по финансовому консультированию», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 марта 2015 г. № 167н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 9 апреля 2015 г., регистрационный № 36805).

Цель ФОС для промежуточной аттестации – установление уровня сформированности компетенций:

Компетенция	Индикатор
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи
ОПК-2. Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности

Задачи ФОС для промежуточной аттестации - контроль качества и уровня достижения результатов обучения по формируемым в соответствии с учебным планом компетенциям:

УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи

Результат обучения:

Умеет: находить примеры и аргументировать выбор стратегий в соответствии с предложенным форматом.

ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности

Результат обучения:

Знает: основные этапы развития стратегического менеджмента, основные теории стратегического менеджмента, содержание маркетинговой концепции управления, характеристики природной и предпринимательской организаций, архитектоники оперативной и стратегической организаций, основные элементы парадигмы стратегического менеджмента, роль стратегического менеджмента как механизма согласования запросов и ресурсов, закономерности управления процессом реализации стратегий, баланс рациональности и иррациональности при разработке стратегии, критерии потенциально эффективной стратегии, основные этапы цикла реализации стратегии, основные области стратегических изменений и сущность стратегических изменений в каждой области, функции стратегического контроллинга, составляющие цепочки стоимости, элементы системы стоимости, основные направления и способы осуществления анализа внешней и внутренней среды организации, типовые модели бизнес-стратегий, основные виды (источники) конкурентных преимуществ, взаимосвязи различных стратегий (продуктовых, бизнес-стратегий, функциональных), основное содержание и форматы продуктивно-маркетинговой стратегии, бизнес-стратегии, производственной стратегии, стратегии управления персоналом, основные компоненты макроокружения и механизмы влияния их компонент на организацию, основные направления и способы осуществления анализа внешней среды организации, назначение и одну из методик сценарного моделирования; базовые конкурентные стратегии, место мини-стратегии в системе стратегического менеджмента, составные элементы мини-стратегии и их взаимосвязь; основное содержание и формат финансовой стратегии.

Умеет: устанавливать взаимосвязи различных продуктовых и функциональных стратегий (производственной стратегии, стратегии управления персоналом, финансовой стратегии), разрабатывать дерево стратегических целей, формулировать внутренние и внешние стратегические проблемы по реализации целей организации, осуществлять стратегический SWOT-анализ, PEST-анализ, многофакторный системный анализ, SNW-подход к анализу внутренних ресурсов, сценарное моделирование (по одной из методик), оценку стратегической эффективности, выбирать подход к управлению процессом реализации стратегических изменений, использовать один из форматов разработки программ управления стратегическими изменениями, анализировать стратегические альтернативы управления персоналом, разрабатывать программу реализации стратегии управления персоналом, использовать методы PEST-анализа и сценарного моделирования для анализа воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

Владеет: технологией формирования базовой конкурентной стратегии по продукту предприятия сферы услуг; технологией разработки мини-стратегии предприятия сферы услуг на основе осуществления первичного стратегического анализа; технологией разработки финансовой стратегии организации сферы услуг на основе продуктово-маркетинговой стратегии и с учетом взаимосвязей с другими функциональными стратегиями; технологией разработки продуктово-маркетинговой стратегии организации сферы услуг; технологией определения бизнес стратегии по продукту / бизнесу с использованием моделей (BCG и GE / McKinsey); технологией разработки стратегии организации сферы услуг на основе типовых стратегий; технологией разработки программы реализации стратегии организации сферы услуг как программы реализации стратегических изменений; технологией разработки кадровой стратегии организации сферы услуг на основе продуктово-маркетинговой стратегии и с учетом взаимосвязей с другими функциональными стратегиями; технологией разработки производственной стратегии организации сферы услуг на основе продуктово-маркетинговой стратегии и с учетом взаимосвязей с другими функциональными стратегиями.

Требование к процедуре оценки:

Помещение: особых требований нет

Оборудование: особых требований нет

Инструменты: канцелярские принадлежности

Расходные материалы: бумага

Доступ к дополнительным справочным материалам: особых требований нет

Нормы времени: по 1 часу на контрольные мероприятия и 29 часов (выполнение курсового проекта)

Задание 1.

Проверяемая (ые) компетенция (и) (из ОПОП ВО):

ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности

Результат обучения: Знает: основные этапы развития стратегического менеджмента, основные теории стратегического менеджмента, содержание маркетинговой концепции управления, характеристики природной и предпринимательской организаций, архитектоники оперативной и стратегической организаций, основные элементы парадигмы стратегического менеджмента, роль стратегического менеджмента как механизма согласования запросов и ресурсов, закономерности управления процессом реализации стратегий, баланс рациональности и иррациональности при разработке стратегии, критерии потенциально эффективной стратегии, основные этапы цикла реализации стратегии, основные области стратегических изменений и сущность стратегических изменений в каждой области, функции стратегического контроллинга, взаимосвязи различных стратегий (продуктовых, бизнес-стратегий, функциональных), базовые конкурентные стратегии, составляющие цепочки стоимости, элементы системы стоимости, основные направления и способы осуществления анализа внешней и внутренней среды организации, типовые модели бизнес-стратегий, основные виды (источники) конкурентных преимуществ, основные компоненты макроокружения и механизмы влияния их компонент на организацию, основные направления и способы осуществления анализа внешней среды организации, назначение и одну из методик сценарного моделирования.

Умеет: осуществлять стратегический SWOT-анализ, PEST-анализ, многофакторный системный анализ, SNW-подход к анализу внутренних ресурсов, сценарное моделирование (по одной из методик), оценку стратегической эффективности, использовать методы PEST-анализа и сценарного моделирования для анализа воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

Типы заданий: открытое задание на воспроизведение (первое) и на установление взаимосвязи между понятиями, устанавливая взаимосвязи между ними

Контрольное мероприятие по модулю 1.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 1.

1. Напишите развернутый ответ по теме «Стратегический менеджмент и конкурентоспособность организации»

2. Установите соотношение между понятиями, дав соответствующие определения:

стратегический контроллинг

стратегия организации,
реализация стратегии,
миссия организации,
видение руководителя

Контрольное мероприятие по модулю 1.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 2.

1. Напишите развернутый ответ по теме «Методы анализа внешней среды организации»

2. Установите соотношение между понятиями, дав соответствующие определения:

стратегический анализ

стратегический менеджмент,
видение,
миссия,
стратегия,
первичный стратегический анализ

Вариант 3.

- # многофакторный системный анализ

внешняя среда организации,
внутренняя среда организации,
стратегический анализ,
первичный стратегический анализ

Контрольное мероприятие по модулю 1.

Вариант 4.

- первичный стратегический анализ

видение,
миссия,
стратегия,
стратегический анализ

Контрольное мероприятие по модулю 1.

Вариант 5.

- ## SWOT-анализ

внешняя среда организации,
внутренняя среда организации,
стратегический анализ,
первичный стратегический анализ

1) задание на воспроизведение:

на изложение теоретического вопроса (оцениваются: полнота (40% оценки), логичность изложения основных закономерностей (30% оценки), наличие примеров (30% оценки); максимальное количество баллов – 7).

2) задание на понимание: на владение понятиями в т.ч. установление взаимосвязи между понятиями (оцениваются: знание определений (40% оценки) и способность оперировать понятиями, устанавливая взаимосвязи между ними (60% оценки) в первом случае; максимальное количество баллов - 10)

Оценка определяется по шкале:

15-17 баллов – отлично.

13-12 баллов – хорошо,

9-11 баллов – удовлетворительно.

менее 11 баллов – неудовлетворительно.

Задание 2

Проверяемая (ые) компетенция (и) (из ОПОП ВО):

ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности

Результат обучения: Знает место мини-стратегии в системе стратегического менеджмента, составные элементы мини-стратегии и их взаимосвязь. Владеет технологией разработки мини-стратегии организации сферы услуг на основе осуществления первичного стратегического анализа.

Тип задания: открытое задание с заданными ограничениями (курсовой проект)

Разработать мини-стратегию организации, выполнив:

формулирование стратегической цели в соответствии с миссией организации,

формулирование внутренних стратегических проблем в соответствии с целью.

формулирование внешних стратегических проблем в соответствии с целью,

формулирование адекватных результатам проблемного анализа стратегических задач.

формирование дерева стратегических задач.

осуществление группировки стратегических приоритетов.

Критерии оценки

Критерии-условия для проверки курсового проекта (при их невыполнении курсовой проект не проверяется и считается не зачѐнным)					
	Поставленная цель(и) соответствуют миссии				
	Цель(и) конкретизированы в степени, достаточной для разработки мини-стратегии				

№	критерий	оценка			
		0	3	4	5
1.	Внутренние проблемы сформулированы как препятствия для реализации поставленных целей				
2.	Внутренние проблемы сформулированы как препятствия для реализации поставленных целей				
3.	Из формулировок внутренних проблем однозначно понятен субъект решения проблемы				
4.	Из формулировок внутренних проблем однозначно понятна ситуация, когда проблема будет решена (проблемы сформулированы корректно)				
5.	Внутренние проблемы имеют стратегический характер				
6.	Решение внутренних проблем необходимо для достижения целей и обеспечивает их достижение				
7.	Внешние проблемы сформулированы как препятствия для реализации поставленных целей				
8.	Внешние проблемы сформулированы как препятствия для реализации поставленных целей				
9.	Из формулировок внешних проблем понятен источник проблемы				
10.	Из формулировок внешних проблем однозначно понятна ситуация, когда проблема будет решена (проблемы сформулированы корректно)				
11.	Внешние проблемы имеют стратегический характер				
12.	Решение внешних проблем необходимо для достижения целей и обеспечивает их достижение				
13.	Внутренние и внешние проблемы выделены в соответствии с компетенцией субъектов				
14.	Список включает в себя не менее 10 внутренних и не менее 5 внешних проблем				
15.	Представлено логичное дерево внутренних проблем				
16.	Внешние проблемы действительно являются препятствиями для реализации целей				
17.	Внутренние проблемы переведены в стратегические задачи в точном соответствии с формулировкой (технический характер перевода проблем в задачи)				
18.	Внешние стратегические проблемы корректно переведены в стратегические задачи				
19.	Все стратегические задачи сгруппированы в приоритеты				
20.	Стратегические приоритеты выделены в соответствии с видами менеджмента				

Оценка за курсовой проект определяется по шкале:

55-69 баллов – удовлетворительно;

70-85 баллов – хорошо;

86-100 баллов – отлично.

В зачет рейтинга обучающегося по дисциплине оценка пересчитывается (делится на 5 и округляется до целого). Если оценка обучающегося за курсовой проект меньше 60 (12) баллов, то его выполнение не зачитывается, и за модуль обучающийся набирает 0 баллов. Невыполнение проекта автоматически влечет за собой неудовлетворительную оценку по дисциплине.

Задание 3

Проверяемая (ые) компетенция (и) (из ОПОП ВО):

УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи

Результат обучения: Умеет: находить примеры и аргументировать выбор стратегий в соответствии с предложенным форматом.

ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности

Результат обучения: Умеет находить примеры и аргументировать выбор стратегий в соответствии с предложенным форматом.

Владеет:

- технологией формирования базовой конкурентной стратегии по продукту организации сферы услуг;

- технологией разработки продуктово-маркетинговой стратегии организации сферы услуг;

- технологией определения бизнес стратегии по продукту / бизнесу с использованием моделей (BCG и GE / McKinsey);

- технологией разработки стратегии организации сферы услуг на основе типовых стратегий.

Владеет:

- технологией формирования базовой конкурентной стратегии по продукту предприятия сферы услуг.

Типы заданий: открытые задания

Контрольное мероприятие по модулю 3.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 1.

3. На примере из бизнес-практики проиллюстрируйте разработку продуктово-маркетинговой стратегии организации сферы производства товаров народного потребления.

4. Проиллюстрируйте примерами из деловой практики опыт эффективного осуществления следующих типовых стратегий, описывая ситуацию в терминах типовых ситуаций:

Обратная интеграция
Концентрическая диверсификация

Контрольное мероприятие по модулю 3.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 2.

3. На примере из бизнес-практики проиллюстрируйте разработку продуктово-маркетинговой стратегии организации сферы услуг.

4. Проиллюстрируйте примерами из деловой практики опыт эффективного осуществления следующих типовых стратегий, описывая ситуацию в терминах типовых ситуаций:

Захват рынка

Горизонтальная диверсификация

Контрольное мероприятие по модулю 3.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 3.

3. На примере из бизнес-практики проиллюстрируйте выбор базовой конкурентной стратегии лидерства по издержкам по одному из продуктов (бизнесов) организации.

4. Приведите пример из бизнес-практики, иллюстрирующий следование / не следование модели BCG в отношении продукта (бизнеса), который согласно этой модели относится к категории «дойных коров»

некоторой коммерческой структуры, осуществляющей
производство товаров.

Объясняя свою позицию, опишите что и почему целесообразно предпринимать в отношении продукта (бизнеса), относящегося к этой категории.

Контрольное мероприятие по модулю 3.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 4.

3. На примере из бизнес-практики проиллюстрируйте выбор базовой конкурентной стратегии дифференциации по одному из продуктов (бизнесов) организации.

4. Приведите пример из бизнес-практики, иллюстрирующий следование / не следование модели BCG в отношении продукта (бизнеса), который согласно этой модели относится к категории «трудных детей»

некоторой коммерческой структуры, осуществляющей
производство услуг.

Объясняя свою позицию, опишите что и почему целесообразно предпринимать в отношении продукта (бизнеса), относящегося к этой категории.

Контрольное мероприятие по модулю 3.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 5.

3. На примере из бизнес-практики проиллюстрируйте выбор фокусированной базовой конкурентной стратегии (на выбор: фокусированной дифференциации или фокусированного лидерства по издержкам) по одному из продуктов (бизнесов) организации.

4. Приведите пример из бизнес-практики, иллюстрирующий следование / не следование модели GE .McKinsey в отношении продукта (бизнеса), который согласно этой модели относится к категории «Победитель №2».

Объясняя свою позицию, опишите что и почему целесообразно предпринимать в отношении продукта (бизнеса), относящегося к этой категории.

Критерии оценки

Критериями являются: соответствие примера или примеров заданию и следование технологии (см. таблицу)

Технология:	Требования к демонстрируемым результатам (объем требований уменьшается в случае, если задание проверяет владение частью технологии):
Технология формирования базовой конкурентной стратегии по продукту	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации и внешней среды (продуктов, потребителей, рынка и т.д.) которые необходимы для демонстрации технологии; обосновывает необходимость формирования базовой конкурентной стратегии по определенному продукту (продуктам), характеризую номенклатуру и свойства производимых и реализуемых продуктов (предполагаемых к производству и реализации); обосновывает выбор базовой конкурентной стратегии по продукту: • кратко описывая содержание каждой из четырех базовых конкурентных стратегий (БКС); • идентифицируя свойства продукта, • характеризуя целевые группы и конкурентные преимущества; обосновывает результативность (прогноз результативности) выбранной БКС.
Технология	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации и внешней среды

разработки продуктово-маркетинговой стратегии	(продуктов, потребителей, рынка и т.д.) которые необходимы для демонстрации технологии; обосновывает необходимость разработки продуктово-маркетинговой стратегии, характеризуя номенклатуру и свойства производимых и реализуемых продуктов (предполагаемых к производству и реализации); обосновывает (по каждой из перечисленных позиций): • цели, связанные с реализацией производимых или предполагаемых к производству продуктов или продукта организации, • потребителей продукта (-ов), • целевые рынки продукта (-ов), • принципы установления цен на продукт (-ы), • стратегию организации в области продвижения и распространения продукта (-ов) на соответствующих рынках; обосновывает результативность (прогноз результативности) продуктово-маркетинговой стратегии.
Технология разработки стратегии организации на основе типовых стратегий	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации и внешней среды (продуктов, потребителей, рынка, финансовой или производственной ситуации и т.д.) которые необходимы для демонстрации технологии; обосновывает (на основе описанной ситуации) необходимость или целесообразность действий стратегического характера; обосновывает выбор одной из типовых стратегий (прямой интеграции, обратной интеграции, горизонтальной интеграции, захвата рынка, развития рынка, развития продукта, концентрической диверсификации, конгломеративной диверсификации, горизонтальной диверсификации, совместного предприятия, сокращения, отторжения, ликвидации – в соответствии с заданием): • идентифицируя ситуации в терминах типовых, • определяя соответствующие ключевые стратегические указания; обосновывает результативность (прогноз результативности) выбранных типовых стратегий организаций.
Технология использования современных моделей определения бизнес стратегий по продукту	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации и внешней среды (продуктов, потребителей, рынка и т.д.) которые необходимы для демонстрации технологии; обосновывает необходимость определения бизнес стратегии по продукту (бизнесу), характеризуя номенклатуру и свойства производимых и реализуемых продуктов (предполагаемых к производству и реализации); обосновывает выбор стратегии (используя – в соответствии с заданием – модель BCG или модель GE / McKinsey определения стратегий по продукту (бизнесу)): • описывая содержание соответствующей модели определения стратегий по продукту (бизнесу), • идентифицируя ситуацию по каждой из двух переменных, используемых в модели, • определяя соответствующее ключевое стратегическое указание в соответствии с моделью; обосновывает результативность (прогноз результативности) выбранной стратегии по продукту (бизнесу).

Оценка определяется по шкале (каждое из заданий оценивается из 12 баллов):

21-24 баллов – отлично,

16-20 баллов – хорошо,

12-16 баллов – удовлетворительно,

менее 12 баллов – неудовлетворительно.

Минимальное количество баллов для получения положительной оценки за **каждое** из двух заданий – 6.

Задание 4

Проверяемая (ые) компетенция (и) (из ОПОП ВО):

УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи

Результат обучения: Умеет: находить примеры и аргументировать выбор стратегий в соответствии с предложенным форматом.

ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса или других сферах, в которых необходимо осуществление сервисной деятельности

Результат обучения:

Знает: основные этапы цикла реализации стратегии, основные области стратегических изменений и сущность стратегических изменений в каждой области, функции стратегического контроллинга; взаимосвязи различных стратегий (продуктовых, бизнес-стратегий, функциональных), основное содержание и форматы продуктово-маркетинговой стратегии, бизнес-стратегии, производственной стратегии, стратегии управления персоналом, финансовой стратегии.

Умеет: находить примеры и аргументировать выбор стратегий в соответствии с предложенным форматом; использовать один из форматов разработки программ управления стратегическими изменениями; анализировать стратегические альтернативы управления персоналом, разрабатывать программу реализации стратегии управления персоналом.

Владеет:

- технологией разработки программы реализации стратегии организации сферы услуг как программы реализации стратегических изменений;
- технологией разработки финансовой стратегии организации сферы услуг на основе продуктивно-маркетинговой стратегии и с учетом взаимосвязей с другими функциональными стратегиями;
- технологией разработки кадровой стратегии организации сферы услуг на основе продуктивно-маркетинговой стратегии и с учетом взаимосвязей с другими функциональными стратегиями;
- технологией разработки производственной стратегии организации сферы услуг на основе продуктивно-маркетинговой стратегии и с учетом взаимосвязей с другими функциональными стратегиями.

Типы заданий: открытые задания

Контрольное мероприятие по модулю 4.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 1.

5. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание принимаемых решений по следующим позициям производственной стратегии:

- производственные мощности;
- вертикальная интеграция;
- технологические процессы.

6. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание принимаемых решений по следующим позициям кадровой стратегии:

- системой вознаграждения, обеспечивающей адекватную компенсацию, четко обозначенные выгоды и мотивацию поведения;
- развитием управления, создающего механизмы повышения квалификации и продвижения по служебной лестнице.

Контрольное мероприятие по модулю 4.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 2.

1. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание принимаемых решений по следующим позициям производственной стратегии:

- масштаб производства традиционных продуктов;
- масштаб производства новых продуктов;
- использование производственного персонала;
- управление качеством производства.

2. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание принимаемых решений по следующим позициям кадровой стратегии:

- отбором, продвижением и расстановкой кадров;
- оценкой положения человека в организации.

Контрольное мероприятие по модулю 4.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 3.

1. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание принимаемых решений по следующим позициям производственной стратегии:

- производственная инфраструктура;
- взаимодействие с поставщиками и другими партнерами по кооперации;
- управление производством.

2. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание стратегических изменений по следующим основным областям:

- базовые ценности и корпоративная культура;
- структуры: организационная, управленческая и т.д.

Дайте характеристику деятельности менеджмента по каждой из названных областей.

Контрольное мероприятие по модулю 4.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 4.

1. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание принимаемых решений по следующим позициям финансовой стратегии:

- решений по оптимизации корпоративных финансов;
- финансово-инвестиционной стратегии;
- лизинга.

2. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание стратегических изменений по следующим основным областям:

- финансирование и иное ресурсное обеспечение;
- компетенция и навыки.

Дайте характеристику деятельности менеджмента по каждой из названных областей.

Контрольное мероприятие по модулю 4.

Фамилия, имя, _____ группа _____

Вариант 5.

1. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание принимаемых решений по следующим позициям финансовой стратегии:

- решений по операциям с собственными ценными бумагами;
- решений по стратегическим альянсам;
- решений по венчурному капиталу.

2. На примере (примерах) из бизнес-практики раскройте содержание стратегических изменений по следующим основным областям:

- информирование и мотивация персонала;
- лидерство и стиль менеджмента.

Дайте характеристику деятельности менеджмента по каждой из названных областей.

Критерии оценки

Критериями являются: соответствие примера или примеров заданию и следование технологии (см. таблицу)

Технология:	Требования к демонстрируемым знаниям и умениям (объем требований уменьшается в случае, если задание проверяет владение частью технологии):
Технология разработки программы реализации стратегии организации как программы реализации стратегических изменений	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации (выбранной стратегии, организационной структуры, персонала и др.) которые необходимы для демонстрации технологии; обосновывает необходимость разработки специальной программы осуществления стратегических изменений, описывая выбранную стратегию; обосновывает необходимость изменений по каждой из перечисленных областей стратегических изменений, приводя примеры соответствующих действий по реализации изменений: • информирование и мотивация персонала, • лидерство и стиль менеджмента, • базовые ценности и корпоративная культура, • структуры: организационная, управленческая и т.д., • финансирование и иное ресурсное обеспечение, • компетенции и навыки; обосновывает результативность (прогноз результативности) программы реализации стратегии.
Технология разработки производственной стратегии организации	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации (и внешней среды), объясняя необходимость принятия новой общей (или продуктово-маркетинговой) стратегии; обосновывает необходимость разработки производственной стратегии организации, характеризуя общую (или продуктово-маркетинговую) стратегию, планируемую или планировавшуюся к реализации; обосновывает управленческие решения (в их комплексе) по каждой из следующих областей: • вертикальная интеграция, • технологические процессы, • масштаб производства традиционных продуктов, • масштабу производства новых продуктов, • использование производственного персонала, • управление качеством производства, • производственная инфраструктура, • взаимодействие с поставщиками и другими партнерами по кооперации, • управление производством; обосновывает результативность (прогноз результативности) производственной стратегии.
Технология разработки финансовой стратегии организации	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации (и внешней среды), объясняя необходимость принятия новой общей стратегии; обосновывает необходимость разработки финансовой стратегии организации, характеризуя общую стратегию, планируемую или планировавшуюся к реализации; обосновывает управленческие решения (в их комплексе) по каждой из следующих областей: • оптимизация корпоративных финансов, • финансово-инвестиционная стратегия, • лизинг, • операции с собственными ценными бумагами, • финансовые рынки,

	• стратегические альянсы; • венчурный капитал, • поглощения и слияния; обосновывает результативность (прогноз результативности) финансовой стратегии.
Технология разработки кадровой стратегии организации	описывает конкретную ситуацию с указанием характеристик организации (и внешней среды), объясняя необходимость принятия новой общей стратегии; обосновывает необходимость разработки кадровой стратегии организации, характеризуя общую стратегию, планируемую или планировавшуюся к реализации; обосновывает выбор стратегической альтернативы, иллюстрируя реализацию выбранной альтернативы примерами конкретных программ действий по каждой из следующих областей: • отбор, продвижение и расстановка кадров, • оценка положения человека в организации, • система вознаграждения, обеспечивающая адекватную компенсацию, четко обозначенные выгоды и мотивацию поведения, • развитие управления, создающего механизмы повышения квалификации и продвижения по служебной лестнице; обосновывает результативность (прогноз результативности) кадровой стратегии.

Оценка определяется по шкале (каждое из заданий оценивается из 10 баллов):

18-20 баллов – отлично,

14-18 баллов – хорошо,

10-13 баллов – удовлетворительно,

менее 10 баллов – неудовлетворительно.

Минимальное количество баллов для получения положительной оценки **за каждое** из двух заданий – 5.

Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Основным методическим документом, определяющим процедуру и критерии оценивания является БРК (балльно-рейтинговая карта дисциплины). В ней подробно описаны критерии оценки по всем видам аудиторной, самостоятельной работы, контрольным мероприятиям, курсовому проекту.

Итоговая оценка определяется по шкале:

55-69 баллов – удовлетворительно;

70-85 баллов – хорошо;

86-100 баллов – отлично.