

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Красноярский государственный медицинский университет
имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого"
Министерства здравоохранения Российской Федерации
Кафедра управления и экономики здравоохранения ИПО

Современный стратегический анализ

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
по специальности

34.04.01 Управление сестринской деятельностью (очная форма обучения)

Красноярск

2022

Составители:

Современный стратегический анализ : фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по специальности 34.04.01 Управление сестринской деятельностью (очная форма обучения). / сост. . - Красноярск : тип. КрасГМУ, 2022. - 21 с.

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации является неотъемлемой частью учебно-методического комплекса дисциплины ОПОП ВО. Составлен в соответствии с ФГОС ВО 2020 по специальности 34.04.01 Управление сестринской деятельностью, рабочей программой дисциплины (2022 г.) и СТО СМК 7.5.03/1-21. Выпуск 3.

Рекомендован к изданию по решению ЦКМС (Протокол № 11 от 29 июня 2022 г.)

© ФГБОУ ВО КрасГМУ
им. проф. В.Ф.Войно-Ясенецкого
Минздрава России, 2022

Коды компетенций, проверяемых с помощью оценочных средств:
УК-1.3, ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-6.2, ОПК-9.2.

Вопросы

Критерии оценки для оценочного средства: Вопросы

| Показатель оценки результатов обучения | Уровень сформированности компетенции | Шкала оценивания |
|--|--------------------------------------|------------------------------|
| Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы; последовательно и четко отвечает на вопросы и дополнительные вопросы; уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой | Повышенный | 5 - "отлично" |
| Обучающийся показывает полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы; дает полные ответы на теоретические вопросы и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой | Базовый | 4 - "хорошо" |
| Обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; при ответе на вопросы и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне | Пороговый | 3 - "удовлетворительно" |
| Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; не способен аргументированно и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом; не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой - Оценка «2» (неудовлетворительно) | -/- | 2 - "неудовлетворительно" |

1. Что такое миссия?

1) Миссия компании определяет её статус, декларирует принципы ее функционирования, заявления, действительные намерения её руководителей. Это наиболее общая цель предприятия, выражающая причину её существования. Она выражает устремленность организации в будущее, показывая, на что будут направляться усилия и какие ценности будут при этом приоритетными. Требования к написанию формулировки миссии: лаконичность, правильность, реальность.

УК-1.3 , ОПК-1.2 , ОПК-3.1 , ОПК-9.2

2. Что такое угрозы и возможности внешнего окружения организации?

1) Возможности - это положительные тенденции и явления внешней среды, которые могут

привести к увеличению объема продаж и прибыли. Задача анализа заключается в том, чтобы выявить реальные возможности, на основе которых можно обеспечить конкурентное преимущество организации. Угрозы – это отрицательные тенденции и явления, которые могут привести при отсутствии соответствующей реакции организации к значительному уменьшению объема продаж и прибыли. Для осуществления обобщенного SWOT – анализа строятся матрицы позиционирования возможностей и угроз.

ОПК-3.3 , ОПК-6.2

3. Каковы типовые конкурентные стратегии по М.Портеру?

1) Портер различает 4 типовые конкурентные стратегии: 1) лидерство за счёт экономии на издержках; 2) стратегия дифференциации; 3) сфокусированные издержки; 4) сфокусированная дифференциация.

ОПК-1.2 , ОПК-3.3 , ОПК-9.2

4. Стратегический SWOT-анализ: сущность и содержание.

ОПК-3.2

5. Модели портфельного анализа: матрица БКГ.

ОПК-6.2

6. Модели портфельного анализа: матрица «Дженерал Электрик»/«Мак-Кинси».

ОПК-6.2

7. Анализ стратегической позиции и сегментов рынка.

ОПК-6.2

8. Матрица анализа конкурентов.

ОПК-3.3

9. Методика сценарного планирования.

ОПК-3.3

10. Модели портфельного анализа: матрица ADL-LC.

ОПК-3.3

1. Свойства внешней среды организации

1) К основным свойствам внешней среды организации относятся: сложность, объемность, подвижность, неопределенность, коммуникабельность. Сложность характеризуется определением трудозатрат материальных и интеллектуальных ресурсов на обработку требуемого количества элементов внешней среды. Объемность определяется числом элементов внешней среды, которые в первую очередь должны учитывать предприятия при разработке и реализации управленческих решений. Неопределенность характеризуется неполнотой или неточностью информации о текущем и перспективном состоянии элементов внешней среды, например информации о времени принятия новых законов и их содержании. Коммуникабельность характеризуется уровнем отношений между компанией и внешней средой.

ОПК-3.3 , ОПК-9.2

2. Матрица Ансоффа

1) Матрица Ансоффа (матрица товар—рынок) — аналитический инструмент стратегического менеджмента, разработанный основоположником этой науки, американцем русского происхождения Игорем Ансоффом, и предназначенный для определения стратегии позиционирования товара на рынке. Матрица Ансоффа представляет собой поле, образованное двумя осями — горизонтальной осью «товары компании» (подразделяются на существующие и новые) и вертикальной осью «рынки компании», которые также подразделяются на существующие и новые. На пересечении этих двух осей образуются четыре квадранта, по которым и определяется возможная стратегия организации.

ОПК-3.3 , ОПК-6.2

3. Методы комплексного анализа среды организации: SWOT- анализ

1) Одним из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании можно назвать SWOT-анализ. SWOT-анализ является необходимым элементом исследований, обязательным предварительным этапом при составлении любого уровня стратегических и маркетинговых планов. Данные, полученные в результате ситуационного анализа, служат базисными элементами при разработке стратегических целей и задач организации. Аббревиатура SWOT означает: Strengths - сильные стороны Weakness - слабые стороны Opportunities - возможности Threats - угрозы. Иначе говоря, SWOT анализ - это анализ сильных и слабых сторон организации а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды. «S» и «W» относятся к состоянию компании, а «O» и «T» к внешнему окружению организации. По результатам ситуационного анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам, и какие внутренние недостатки требуют скорейшего устранения.

ОПК-3.2

Индивидуальный опрос

Критерии оценки для оценочного средства: Индивидуальный опрос

| | | |
|--|--------------------------------------|------------------|
| Показатель оценки результатов обучения | Уровень сформированности компетенции | Шкала оценивания |
|--|--------------------------------------|------------------|

| | | |
|--|------------|------------------------------|
| Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы; последовательно и четко отвечает на вопросы и дополнительные вопросы; уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой | Повышенный | 5 - "отлично" |
| Обучающийся показывает полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы; дает полные ответы на теоретические вопросы и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой | Базовый | 4 - "хорошо" |
| Обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; при ответе на вопросы и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне | Пороговый | 3 - "удовлетворительно" |
| Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; не способен аргументированно и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом; не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой - Оценка «2» (неудовлетворительно) | -/- | 2 - "неудовлетворительно" |

1. Что такое стратегия в менеджменте?

1) Под стратегией в менеджменте понимается общая концепция того, как достигаются главные цели предприятия, решаются стоящие перед ним проблемы и распределяются необходимые для этого ограниченные ресурсы. Стратегия представляет собой совокупность управленческих решений, отражающих реакцию организации на внешние и внутренние условия ее деятельности и развития. В развитие стратегии на среднем и низовом уровне управления разрабатывается тактика (краткосрочная стратегия). Тактика — это наилучший вариант реализации стратегии в существующих условиях, учитывающий появление непредвиденных обстоятельств.

УК-1.3

2. Что такое стратегическое решение?

1) Стратегические решения - это управленческие решения, которые: 1) ориентированы на будущее и закладывают основу для принятия оперативных управленческих решений; 2) сопряжены со значительной неопределенностью, поскольку учитывают неконтролируемые внешние факторы, воздействующие на предприятие; 3) связаны с вовлечением значительных ресурсов и могут иметь чрезвычайно серьезные, долгосрочные последствия для предприятия. К числу стратегических решений можно отнести: - реконструкцию предприятия; - внедрение новшеств (новая продукция, новые технологии); - организационные изменения (изменения организационно-правовой формы предприятия, структуры производства и управления, новые формы организации и оплаты труда, взаимодействия с поставщиками и потребителями); - выход

на новые рынки сбыта; - приобретение, слияние предприятий и т. д.

ОПК-1.2

3. В чём заключается сущность стратегического менеджмента?

1) Сущность стратегического менеджмента заключается в ответе на три важнейших вопроса: - В каком положении предприятие находится в настоящее время? - В каком положении оно хотело бы находиться через три, пять, десять лет? - Каким способом достигнуть желаемого положения?

УК-1.3

4. Сущность понятия «стратегия»

УК-1.3

5. Основные этапы процесса разработки стратегии.

ОПК-9.2

6. Стратегическое видение и миссия организации.

УК-1.3

7. Стратегические цели организации.

ОПК-3.3

8. SMART-критерии.

ОПК-9.2

9. Понятие «стратегический анализ».

УК-1.3

10. Этапы проведения "стратегического анализа".

УК-1.3

11. Сущность понятия «стратегическая бизнес-единица».

УК-1.3

12. Портфельная стратегия.

УК-1.3

13. Пути образования и типы портфелей.

УК-1.3

14. Типы функциональных стратегий.

УК-1.3

15. Матрица И. Ансоффа.

ОПК-3.1

16. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества организации.

ОПК-3.3

17. Конкурентные стратегии: основные виды и особенности.

ОПК-3.3

18. Стратегический анализ макросреды организации.

ОПК-3.1

19. Техника PESTplus-анализа: правовой, экологический, демографический, физический, культурный факторы и их компоненты.

УК-1.3 , ОПК-1.2 , ОПК-3.1 , ОПК-9.2

20. Основные составляющие анализа микросреды организации.

ОПК-3.3

21. Факторы составляющей «Анализ конечных потребителей».

ОПК-3.3

22. Цепочка создания потребительской ценности организации (по М. Портеру).

УК-1.3

Практические навыки

Критерии оценки для оценочного средства: Практические навыки

| | | |
|--|--------------------------------------|------------------|
| Показатель оценки результатов обучения | Уровень сформированности компетенции | Шкала оценивания |
|--|--------------------------------------|------------------|

| | | |
|---|------------|---------------------------|
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров 100% -90% | Повышенный | 5 - "отлично" |
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров 89% -80% | Базовый | 4 - "хорошо" |
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров 79% -70% | Пороговый | 3 - "удовлетворительно" |
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров - менее 70% | -/- | 2 - "неудовлетворительно" |

1. Дайте оценку конкурентным преимуществам Вашей медицинской организации.

1) Конкурентное преимущество — это положительное отличие от конкурентов. Иными словами, это та причина, по которой клиент выбирает вас, ваш продукт или услугу. Конкурентным преимуществом может служить и качество самой услуги (товара), и качество сервиса. Это определение подразумевает два ключевых условия. Первое: имеющееся у вас положительное отличие должно быть значимым для клиента. Второе условие: ваше положительное отличие должно быть известно клиенту. Приведенное выше определение нуждается в важном дополнении: вечных конкурентных преимуществ не бывает. Рано или поздно ваши конкуренты применят у себя то же, что и вы. Поэтому мы предлагаем ввести в определение временные критерии. Таким образом, конкурентное преимущество — это положительное отличие от конкурентов, которое не может быть скопировано последними (конкурентами) как минимум в течение полугода. Шесть месяцев — это тот минимум, который позволит вам окупить затраты на создание конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ различают конкурентные преимущества, которые может иметь сам продукт, и конкурентные преимущества, которые фирма может пытаться создать своему продукту в его положении на рынке. Продукт может иметь три вида конкурентных преимуществ. 1. Ценовая характеристика. Иногда продукт покупается только потому, что он очень дешевый. 2. Дифференциация- Продукт обладает отличительными особенностями, делающими его привлекательным для покупателя. Дифференциация может достигаться за счет таких характеристик, которые не имеют никакого отношения к его утилитарным потребительским свойствам. Для осуществления данной стратегии необходимо детальное изучение интересов потребителей. Для этого необходимо: - достаточно четкое представление о том, кто принимает решение по вопросам покупки; - изучить потребительские критерии, по которым делается выбор при покупке товара (цена, функциональные свойства, гарантии, срок поставки и т. п.); - определить факторы, формирующие представление покупателя о продукте (источники информации о свойствах продукта, имидж и т. п.). 3. Концентрация внимания на интересах конкретных потребителей. Фирма должна создавать свой продукт специально для конкретных покупателей. Концентрированное создание продукта связано с тем, что либо удовлетворяется какая-то необычная потребность определенной группы людей, либо создается специфическая система доступа к продукту (система продажи и доставки продукта). Проводя стратегию концентрированного создания конкурентных преимуществ, фирма может пользоваться одновременно как ценовым привлечением покупателей, так и дифференциацией.

ОПК-1.2 , ОПК-3.3 , ОПК-9.2

2. Проведите анализ дальнего окружения своей медицинской организации.

1) PEST-анализ основан на составлении перечня возможных воздействий по следующим направлениям: - политические факторы (P): какие возможности и угрозы для бизнеса создает

динамика политической ситуации; каковы главные тенденции, которые могут повлиять на деятельность компании? - состояние экономики (E): каковы наиболее существенные ожидаемые события в экономике и как влияет экономическая ситуация на перспективы бизнеса? - социально-культурные особенности (S): в чем особенности социального, демографического, культурного свойства, которые должны учитываться в работе? - научно-техническая среда (Т): в какой степени бизнес зависит от нововведений и изменений; насколько динамичны темпы научно-технического прогресса в отрасли; какова доля функции НИОКР в деятельности предприятия?

ОПК-3.3 , ОПК-9.2

3. Проведите оценку своей медицинской организации с позиций 5 конкурентных сил М. Портера.

1) М. Портер выделил 5 конкурентных сил. 1. Конкуренты. 2. Новички на рынке. 3. Потребители / покупатели 4. Поставщики 5. Субституты

ОПК-1.2 , ОПК-3.3 , ОПК-9.2

| № п/п | Практические умения/Навыки | Компетенции |
|-------|---|--|
| 1 | Находить и анализировать нормативную и отчётную документацию, правовые акты в сфере здравоохранения | ОПК-1.2 |
| 2 | Анализировать маркетинговые стратегии и программы | ОПК-3.1 |
| 3 | Навыком проведения стратегического анализа отрасли и конкурентов | УК-1.3, ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-6.2, ОПК-9.2 |
| 4 | Применять систему оценки технической подготовки медицинской организации, новых видов медицинских услуг, спрос и предложения на рынке для разработки стратегии | ОПК-3.3 |
| 5 | Навыком проведение анализа ресурсов и способностей организации | ОПК-3.3, ОПК-9.2 |
| 6 | Навыком проведения SWOT-анализа | ОПК-3.1, ОПК-3.2 |
| 7 | Разработка корпоративной стратегии организации | УК-1.3, ОПК-3.2, ОПК-6.2 |
| 8 | Разработать план проведения стратегического анализа | ОПК-6.2, ОПК-9.2 |
| 9 | Определить и проанализировать тип выбранной стратегии предприятия | УК-1.3 |
| 10 | Навыком разработки конкурентной стратегии | ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-6.2 |

Тесты

Критерии оценки для оценочного средства: Тесты

| Показатель оценки результатов обучения | Уровень сформированности компетенции | Шкала оценивания |
|---|--------------------------------------|------------------|
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий 100% -90% | Повышенный | 5 - "отлично" |
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий 89% -80% | Базовый | 4 - "хорошо" |

| | | |
|---|-----------|---------------------------|
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий 79% -70% | Пороговый | 3 - "удовлетворительно" |
| Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий - менее 70% | -/- | 2 - "неудовлетворительно" |

1. ИСХОДНЫМ ПРОЦЕССОМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ

1) определение миссии и целей

2) выбор стратегии

3) анализ среды

4) оценка стратегии

Правильный ответ: 3

ОПК-1.2 , ОПК-3.1

2. БИЗНЕС - СТРАТЕГИЯ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ

1) симбиоз интуиции и профессионализма высшего руководства и заинтересованности всех работников в достижении целей

2) то, что компания собирается делать и чем она хочет стать

3) разработка концепции долгосрочного развития фирмы

4) план управления отдельной сферой деятельности компании

ОПК-1.2 , ОПК-3.1

3. КОНКУРЕНТНАЯ СИТУАЦИЯ, КОГДА НА РЫНКЕ ДОМИНИРУЕТ НЕСКОЛЬКО ФИРМ, СОЗДАВАЯ СИЛЬНУЮ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ МЕЖДУ СОБОЙ - ЭТО

1) монополия

2) олигополия

3) чистая конкуренция

4) несовершенная конкуренция

Правильный ответ: 2

ОПК-3.3

4. СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ, ПРОИЗВОДСТВОМ, ФИНАНСАМИ И СТРАТЕГИИ В ДРУГИХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭТО

1) функциональная стратегия

2) бизнес-стратегия

3) корпоративная стратегия

4) стратегия сдерживания

Правильный ответ: 3

УК-1.3

5. КОНКРЕТНОЕ СОСТОЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ОРГАНИЗАЦИИ, ДОСТИЖЕНИЕ КОТОРЫХ ЯВЛЯЕТСЯ ДЛЯ НЕЁ ЖЕЛАТЕЛЬНЫМ И НА ДОСТИЖЕНИЕ КОТОРЫХ НАПРАВЛЕНА ЕЁ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ - ЭТО

1) проект

2) цель

3) миссия

4) задача

Правильный ответ: 2

ОПК-3.3 , ОПК-9.2

6. 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

Правильный ответ: 3

ОПК-3.2

7. СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ - ЭТО

1) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка)

2) практическое использование методологии стратегического управления

3) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей

4) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов

Правильный ответ: 3

ОПК-3.3

8. СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ, ПРОИЗВОДСТВОМ, ФИНАНСАМИ И СТРАТЕГИИ В ДРУГИХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ - ЭТО

1) функциональная стратегия

2) бизнес-стратегия

3) корпоративная стратегия

4) стратегия

Правильный ответ: 3

ОПК-1.2

9. ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПЛАН ДЕЙСТВИЙ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ПРИОРИТЕТЫ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАДАЧ, РЕСУРСЫ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ШАГОВ ПО ДОСТИЖЕНИЮ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ - ЭТО

1) функциональная стратегия

2) бизнес-стратегия

3) корпоративная стратегия

4) стратегия

Правильный ответ: 4

ОПК-3.3

10. СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В ОПРЕДЕЛЕННОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЗОНЕ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ (ОПРЕДЕЛЕННЫЙ СЕГМЕНТ РЫНКА) - ЭТО

1) функциональная стратегия

2) бизнес-стратегия

3) корпоративная стратегия

4) стратегия

Правильный ответ: 3

ОПК-1.2

11. СТРАТЕГИЯ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ БЫТОВЫХ ХОЛОДИЛЬНИКОВ МНОГООТРАСЛЕВОЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ - ЭТО

1) функциональная стратегия

2) бизнес-стратегия

3) корпоративная стратегия

4) стратегия

Правильный ответ: 2

ОПК-3.1

12. «РЕАКТИВНАЯ АДАПТАЦИЯ, КОТОРАЯ НАИБОЛЕЕ ЕСТЕСТВЕННА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ, НО ТРЕБУЕТ МНОГО ВРЕМЕНИ НА ОСОЗНАНИЕ НЕИЗБЕЖНОСТИ ИЗМЕНЕНИЙ, ВЫРАБОТКУ НОВОЙ СТРАТЕГИИ И АДАПТАЦИЮ К НЕЙ СИСТЕМЫ»ЭТАП В РАЗВИТИИ МЕТОДОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НАЗЫВАЕТСЯ

1) долгосрочное планирование

2) управление на основе контроля за исполнением

3) управление на основе предвидения изменений

4) управление на основе гибких экстренных решений

Правильный ответ: 4

ОПК-3.3

13. «НАЧАЛИ ВОЗНИКАТЬ НЕОЖИДАННЫЕ ЯВЛЕНИЯ И ТЕМП ИЗМЕНЕНИЙ УСКОРИЛСЯ, ОДНАКО НЕ НАСТОЛЬКО, ЧТОБЫ НЕЛЬЗЯ БЫЛО ВОВРЕМЯ ПРЕДУСМОТРЕТЬ БУДУЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОПРЕДЕЛИТЬ РЕАКЦИЮ НА НИХ ПУТЕМ ВЫРАБОТКИ СООТВЕТСТВУЙ ЩЕЙ СТРАТЕГИИ (СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ)»ЭТАП В РАЗВИТИИ МЕТОДОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НАЗЫВАЕТСЯ

1) долгосрочное планирование

2) управление на основе контроля за исполнением

3) управление на основе предвидения изменений

4) управление на основе гибких экстренных решений

Правильный ответ: 3

ОПК-1.2

14. «СКЛАДЫВАЕТСЯ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ, В УСЛОВИЯХ, КОГДА МНОГИЕ ВАЖНЫЕ ЗАДАЧИ ВОЗНИКАЮТ НАСТОЛЬКО СТРЕМИТЕЛЬНО, ЧТО ИХ НЕВОЗМОЖНО ВОВРЕМЯ ПРЕДУСМОТРЕТЬ (СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РЕАЛЬНОМ МАСШТАБЕ ВРЕМЕНИ)» ЭТАП В РАЗВИТИИ МЕТОДОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НАЗЫВАЕТСЯ

1) долгосрочное планирование

2) управление на основе контроля за исполнением

3) управление на основе предвидения изменений

4) управление на основе гибких экстренных решений

Правильный ответ: 2

ОПК-6.2

15. ЕСЛИ БУДУЩЕЕ МОЖЕТ БЫТЬ ПРЕДСКАЗАНО ПУТЕМ ЭКСТРАПОЛЯЦИИ ИСТОРИЧЕСКИ СЛОЖИВШИХСЯ ТЕНДЕНЦИЙ РОСТА, ТО ЭТО

1) стратегическое планирование

2) среднесрочное планирование

3) долгосрочное планирование

4) краткосрочное планирование

Правильный ответ: 3

ОПК-1.2

16. ЕСЛИ ВАЖНОЕ МЕСТО ОТВОДИТСЯ АНАЛИЗУ ПЕРСПЕКТИВ ОРГАНИЗАЦИИ, ЗАДАЧЕЙ КОТОРОГО ЯВЛЯЕТСЯ ВЫЯСНЕНИЕ ТЕХ ТЕНДЕНЦИЙ, ОПАСНОСТЕЙ, ВОЗМОЖНОСТЕЙ, А ТАКЖЕ ОТДЕЛЬНЫХ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ, КОТОРЫЕ СПОСОБНЫ ИЗМЕНИТЬ СЛОЖИВШИЕСЯ ТЕНДЕНЦИИ, ТО ЭТО

1) стратегическое планирование

2) среднесрочное планирование

3) долгосрочное планирование

4) краткосрочное планирование

Правильный ответ: 1

ОПК-3.3

17. ЭВОЛЮЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ИЗ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ, КОТОРОЕ СОСТАВЛЯЕТ ЕГО СУЩНОСТНУЮ ОСНОВУ, ЭТО

1) стратегическое планирование

2) среднесрочное планирование

3) долгосрочное планирование

4) стратегическое управление

Правильный ответ: 4

ОПК-6.2

18. 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

Правильный ответ: 3

ОПК-3.2

19. ЗАРАНЕЕ СПЛАНИРОВАННАЯ РЕАКЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА ИЗМЕНЕНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ - ЭТО

1) стратегическое планирование

2) стратегия

3) SWOT - анализ

4) стратегическое управление

Правильный ответ: 2

ОПК-6.2

20. СТРАТЕГИЯ ДОЛЖНА: СОДЕРЖАТЬ ЯСНЫЕ ЦЕЛИ, ДОСТИЖЕНИЕ КОТОРЫХ ЯВЛЯЕТСЯ РЕШАЮЩИМ ДЛЯ ОБЩЕГО ИСХОДА ДЕЛА; ПОДДЕРЖИВАТЬ ИНИЦИАТИВУ; КОНЦЕНТРИРОВАТЬ ГЛАВНЫЕ УСИЛИЯ В НУЖНОЕ ВРЕМЯ В НУЖНОМ МЕСТЕ; ПРЕДУСМАТРИВАТЬ ТАКУЮ ГИБКОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ, ЧТОБЫ ИСПОЛЬЗОВАТЬ МИНИМУМ РЕСУРСОВ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ МАКСИМАЛЬНОГО РЕЗУЛЬТАТА; ОБОЗНАЧАТЬ СКООРДИНИРОВАННОЕ РУКОВОДСТВО; ПРЕДПОЛАГАТЬ КОРРЕКТНОЕ РАСПИСАНИЕ ДЕЙСТВИЙ; ОБЕСПЕЧИВАТЬ ГАРАНТИРОВАННЫЕ РЕСУРСЫ. ТАК СЧИТАЕТ

1) Минцеберг

2) Квин

3) Портер

4) МакКинси

Правильный ответ: 2

ОПК-1.2

21. СТРАТЕГИЯ ЭТО: СТРАТЕГИЯ - ПЛАН ДЕЙСТВИЙ; СТРАТЕГИЯ - ПРИКРЫТИЕ, Т.Е. ДЕЙСТВИЯ, НАЦЕЛЕННЫЕ НА ТО, ЧТОБЫ ПЕРЕХИТРИТЬ СВОИХ ПРОТИВНИКОВ; СТРАТЕГИЯ - ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ, Т.Е. ПЛАН МОЖЕТ БЫТЬ НЕРЕАЛИЗУЕМ, НО ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ ДОЛЖЕН БЫТЬ ОБЕСПЕЧЕН В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ; СТРАТЕГИЯ - ПОЗИЦИЯ В ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ, Т.Е. СВЯЗЬ СО СВОИМ ОКРУЖЕНИЕМ; СТРАТЕГИЯ - ПЕРСПЕКТИВА, Т.Е. ВИДЕНИЕ ТОГО СОСТОЯНИЯ, К КОТОРОМУ НАДО СТРЕМИТЬСЯ. ТАК СЧИТАЕТ

1) Минцеберг

2) Квин

3) Портер

4) МакКинси

Правильный ответ: 1

ОПК-1.2

22. «ВЫРАЖЕНИЕ ЦЕЛИ, КОТОРОЕ ПОЗВОЛЯЕТ ЛЕГКО ОТЛИЧИТЬ ДАННЫЙ БИЗНЕС ОТ ДРУГИХ ПОДОБНЫХ ЕМУ ФИРМ» ЭТО

1) Потенциал

2) Цена

3) Целевые установки

4) Миссия

Правильный ответ: 4

ОПК-1.2

23. «ДОЛГОСРОЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ, КОТОРЫЕ СТРЕМИТСЯ ДОСТИЧЬ ОРГАНИЗАЦИЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СВОЕЙ МИССИИ» ЭТО

1) Потенциал

2) Сцена

3) Целевые установки

4) Миссия

Правильный ответ: 3

ОПК-1.2

24. «ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ» ЭТО

1) Потенциал

2) Сцена

3) Целевые установки

4) Миссия

Правильный ответ: 1

ОПК-3.3

25. «ПАРАМЕТРЫ ОТРАСЛЕЙ, РЫНКОВ И МАКРОСРЕДА БИЗНЕСА» ЭТО

1) Потенциал

2) Сцена

3) Целевые установки

4) Миссия

Правильный ответ: 2

ОПК-6.2

26. «КОМПЛЕКС НЕ ТОЛЬКО СТРАТЕГИЧЕСКИХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ДОЛГОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИИ, НО И КОНКРЕТНЫХ ДЕЙСТВИЙ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ БЫСТРОЕ РЕАГИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИЗМЕНЕНИЕ ВНЕШНЕЙ КОНЪЮНКТУРЫ, КОТОРОЕ МОЖЕТ ПОВЛЕЧЬ ЗА СОБОЙ НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАНЕВРА, ПЕРЕСМОТР ЦЕЛЕЙ И КОРРЕКТИРОВКУ ОБЩЕГО НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ» ЭТО

1) стратегическое планирование

2) стратегия

3) стратегический менеджмент

4) стратегическое управление

Правильный ответ: 1

ОПК-6.2

27. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ - ЭТО УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ, ГДЕ ВЫДЕЛЯЮТСЯ ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ, ПРОЦЕССНАЯ И ЭЛЕМЕНТНАЯ СТОРОНЫ. ЕСЛИ «УПРАВЛЕНИЕ РАССМАТРИВАЕТСЯ КАК СОВОКУПНОСТЬ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ДОСТИЖЕНИЕ ОПРЕДЕЛЁННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ», ТО ЭТО _____ СТОРОНА УПРАВЛЕНИЯ

1) функциональная

2) процессная

3) элементная

4) другая сторона

Правильный ответ: 1

ОПК-3.1

28. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ - ЭТО УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ, ГДЕ ВЫДЕЛЯЮТСЯ ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ, ПРОЦЕССНАЯ И ЭЛЕМЕНТНАЯ СТОРОНЫ. ЕСЛИ «В ЕЁ РАМКАХ УПРАВЛЕНИЕ РАССМАТРИВАЕТСЯ КАК ДЕЙСТВИЯ ПО ВЫЯВЛЕНИЮ И РАЗРЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМ, Т.Е.ПРОЦЕСС ПОДГОТОВКИ И ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ», ЭТО СТОРОНА УПРАВЛЕНИЯ

1) функциональная

2) процессная

3) элементная

4) другая сторона

Правильный ответ: 2

ОПК-6.2

29. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ - ЭТО УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ, ГДЕ ВЫДЕЛЯЮТСЯ ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ, ПРОЦЕССНАЯ И ЭЛЕМЕНТНАЯ СТОРОНЫ. ЕСЛИ «УПРАВЛЕНИЕ РАССМАТРИВАЕТСЯ КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ОПРЕДЕЛЁННЫХ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ», ТО ЭТО _____ СТОРОНА УПРАВЛЕНИЯ

1) функциональная

2) процессная

3) элементная

4) другая сторона

Правильный ответ: 3

УК-1.3

30. ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА - ЭТО ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ. КАК НАЗЫВАЕТСЯ ДАННЫЙ ПРИНЦИП «ОРГАНИЗАЦИЯ, ДЕЙСТВУЮЩАЯ В ДИНАМИЧНЫХ УСЛОВИЯХ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ДОЛЖНА ОБЛАДАТЬ ЕДИНСТВОМ ЦЕЛЕЙ, ИНТЕРЕСОВ И ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ»

- 1) Разделение труда
- 2) Экономичность и эффективность

3) Единство направления

- 4) Выделение доминанты развития

Правильный ответ: 3

ОПК-6.2

31. «ПРИМЕНЕНИЕ ДОСТИЖЕНИЙ СИСТЕМНОГО, СИТУАЦИОННОГО ПОДХОДОВ, НАУКИ О ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ ПОВЕДЕНИИ К УПРАВЛЕНИЮ И ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЕЁ ЦЕЛЕЙ. ОПРЕДЕЛЕНИЕ НА БАЗЕ НАУЧНОГО АНАЛИЗА ЛУЧШИХ СПОСОБОВ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАЧ» ЭТО ПРИНЦИП

- 1) Разделение труда
- 2) Экономичность и эффективность
- 3) Единство направления

4) Научность

Правильный ответ: 4

ОПК-6.2

32. «ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ, КОТОРАЯ ОТКРЫВАЕТСЯ ПЕРЕД ОРГАНИЗАЦИЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РОСТА, НОРМЫ ПРИБЫЛИ, СТАБИЛЬНОСТИ И ТЕХНОЛОГИИ; ВЫДЕЛЕНИЕ НА ЭТОЙ ОСНОВЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗОН ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ И СТРАТЕГИЧЕСКИХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ЦЕНТРОВ» ЭТО ПРИНЦИП

- 1) Разделение труда
- 2) Экономичность и эффективность
- 3) Единство направления

4) Выделение доминанты развития

Правильный ответ: 4

ОПК-9.2

33. «РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ СТРОИТСЯ ИСХОДЯ ИЗ ИМЕЮЩИХСЯ РЕСУРСОВ И НАЦЕЛЕНА НА ПРЕВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ НАД ЗАТРАТАМИ В ОПРЕДЕЛЁННОМ ПЛАНОВОМ ПЕРИОДЕ» ЭТО ПРИНЦИП

- 1) Разделение труда
- 2) Экономичность и эффективность**
- 3) Единство направления
- 4) Выделение доминанты развития

Правильный ответ: 2

Рефераты

Критерии оценки для оценочного средства: Рефераты

| Показатель оценки результатов обучения | Уровень сформированности компетенции | Шкала оценивания |
|--|--------------------------------------|-------------------------|
| <p>Выполнены все требования к написанию и защите реферата. Содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике, реферат имеет чёткую композицию и структуру, в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция. Сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём. Реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата. Корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте. Соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой.</p> | Повышенный | 5 - "отлично" |
| <p>Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. Имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата. Содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике, реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении. Реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата. В полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении, корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. В целом обучающийся подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой.</p> | Базовый | 4 - "хорошо" |
| <p>Имеются существенные отступления от требований к реферированию. Тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы. во время защиты отсутствует вывод. Есть погрешности в техническом оформлении. Не в полном объёме представлен список использованной литературы, есть ошибки в оформлении, некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте, отсутствуют факты плагиата. Обучающийся подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой, на минимально допустимом уровне.</p> | Пороговый | 3 - "удовлетворительно" |

| | | |
|---|-----|------------------------------|
| <p>Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала. Есть погрешности в техническом оформлении. Допущены грубые ошибки в ответах. Не в полном объеме представлен список использованной литературы, есть ошибки в оформлении, некорректно оформлены или не в полном объеме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте, присутствуют факты плагиата. Обучающийся не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой.</p> | -/- | 2 - "неудовлетворительно" |
|---|-----|------------------------------|

| № п/п | Темы рефератов | Компетенции |
|-------|---|-------------|
| 1 | Проведение стратегического анализа отрасли здравоохранения | ОПК-9.2 |
| 2 | Анализа ресурсов и способностей медицинской организации | ОПК-9.2 |
| 3 | SWOT-анализ и выбор стратегии медицинской организации | ОПК-9.2 |
| 4 | Разработка конкурентной стратегии медицинской организации | ОПК-9.2 |
| 5 | Разработка корпоративной стратегии медицинской организации | ОПК-9.2 |
| 6 | Стратегический анализ медицинской организации для оценки существующей стратегии | ОПК-9.2 |
| 7 | Стратегический анализ медицинской организации для выбора стратегии | ОПК-9.2 |
| 8 | Международная стратегия медицинской организации | ОПК-9.2 |
| 9 | Корпоративная культура и стратегия медицинской организации | ОПК-9.2 |
| 10 | SPACE-анализ и выбор стратегии медицинской организации | ОПК-9.2 |