

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Борисова Виктория Валерьевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.10.2025 18:30:36
Уникальный программный ключ:
8d665791f4049370b679b22cf26583a2f741522e

**Негосударственное образовательное частное учреждение высшего
образования «МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ»**

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

ПОЧУ ВО «МУПНИ»



В. Борисова

Подпись

«18» апреля 2024 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

**направление подготовки
38.04.02 Менеджмент**

**Профиль подготовки:
«Стратегический менеджмент и инновации»**

Квалификация (степень) выпускника – *магистр*

**Форма обучения
*Очная, очно-заочная, заочная***

Москва 2024 г.

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

ИОПК-1.1. Диагностирует проблемную ситуацию, предлагает обоснованное управленческое решение на основе современной экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.

ИОПК-1.2. Выбирает оптимальные методы решения профессиональных задач на основе критического анализа практик управления.

ИОПК-1.3. Разрабатывает предложения по повышению эффективности профессиональной деятельности на основе инновационных подходов, используя знания экономической, организационной и управленческой теории.

Компетенция формируется дисциплинами:

Современные мировые концепции экономики и менеджмента	1 семестр
Современные технологии организации и управления бизнесом	2 семестр
Инновационные бизнес-модели	3 семестр
Научно-исследовательская практика	2 семестр

Вопросы и задания для проверки сформированности компетенции

Дисциплина «Современные мировые концепции экономики и менеджмента»

Задания в открытой форме

1. Раскройте сущность менеджмента как рыночной концепции управления.
2. Назовите основную цель менеджмента.
3. Назовите основную задачу менеджмента.
4. Перечислите методы менеджмента
5. Дайте характеристику процессного подхода к менеджменту
6. Определите среду, которая образуется внутри организации и является результатом управленческих решений
7. Дайте определение понятия внешняя среда организации
8. Раскройте понятие учредительных документов
9. Назовите группу руководителей высшего уровня иерархии бизнеса
10. Назовите основные функции СЕО в управлении современной компанией

Вопрос	Ответ
1. Раскройте сущность менеджмента как рыночной концепции управления.	<i>Менеджмент как рыночная концепция управления</i> основан на ориентации на рынок и потребности потребителя.
2. Назовите основную цель менеджмента.	Оптимальное использование материальных, нематериальных и трудовых ресурсов.
3. Назовите основную задачу менеджмента.	Организация производства товаров и услуг с учётом спроса потребителей.
4. Перечислите методы менеджмента	Административный метод управления. Организационно-правовой метод. Экономический метод. Социально-психологические методы.

5. Дайте характеристику процессного подхода к менеджменту	<i>Процессный подход</i> основывается на концепции, согласно которой вся деятельность организации подразделяется на отдельные бизнес-процессы.
6. Определите среду, которая образуется внутри организации и является результатом управленческих решений	<i>Внутренняя среда</i>
7. Дайте определение понятия внешняя среда организации	<i>Внешняя среда организации</i> – это условия и факторы, возникающие независимо от деятельности организации.
8. Раскройте понятие учредительных документов	<i>Учредительные документы</i> – документы, которые регламентируют деятельность организации.
9. Назовите группу руководителей высшего уровня иерархии бизнеса	<i>Топ-менеджмент</i>
10. Назовите основные функции СЕО в управлении современной компанией	Стратегическое руководство и распределение обязанностей среди подчиненных.

Примеры тестовых заданий:

1. Деятельность людей по построению и функционированию систем управления цепочками создания ценности:
 - А) управление;
 - Б) менеджмент;
 - В) транзакционные издержки;
 - Г) модель управления;
2. Выберите верное определение понятия «концепция управления»:
 - А) идентификация способов деятельности организации по определенным признакам;
 - Б) способ достижения результатов деятельности организации;
 - В) упрощенное представление процессов деятельности организации (бизнес-модели);
 - Г) часть цепочки создания ценности, обособленная по принципу транзакционных издержек.
3. Выберите верное определение понятия «модель управления»:
 - А) идентификация способов деятельности организации по определенным признакам;
 - Б) способ достижения результатов деятельности организации;
 - В) упрощенное представление процессов деятельности организации (бизнес-модели);
 - Г) часть цепочки создания ценности, обособленная по принципу транзакционных издержек.
4. Отнесите каждый принцип по принадлежности к соответствующей группе (А. Принципы повышения производительности труда (по Эмерсону). В. Принципы организации производства (по Форду)):
 - А) регламентированный ритм производства продукции;
 - Б) нормирование операций;
 - В) нормализация условий работы;
 - Г) максимальное разделение труда, специализация;
 - Д) размещение оборудования по ходу технологического процесса;
 - Е) наличие инструкций и стандартов;
 - Ж) наличие рациональной системы оплаты труда;
 - З) механизация транспортных операций;
 - И) соблюдение строгой дисциплины;
 - К) применение специального оборудования, инструментов и приспособлений.

5. Личная заслуга Ф. Тейлора состоит:
 - А) в сближении интересов рабочих и администрации;
 - Б) в ориентации на материальные потребности человека;
 - В) в разработке мероприятий, способствующих повышению производительности труда;
 - Г) в работе по управлению — это определенная специальность, управлять надо «научно».
6. Соотнесите конкретные концепции менеджмента с видами мировых концепций менеджмента:
 1. проектная концепция менеджмента
 2. концепция менеджмента Японии
 3. восточный менталитет менеджмента.
 - А) мировые концепции менеджмента для разных регионов
 - Б) мировые концепции менеджмента для разных менталитетов
 - В) мировые концепции менеджмента для разных моделей управления
7. Составьте верную последовательность развития концепций (начиная с ранней)
 - А) управление деятельностью в экосистеме
 - Б) управление транзакционными издержками
 - В) управление реализацией бизнес-моделей
8. Выберите, что из перечисленного включает в себя современная концепция менеджмента:
 - А) цифровая платформа управления
 - Б) цифровой двойник управления
 - В) функциональное управление
 - Г) жесткая иерархия
 - Д) интегрированные цепочки создания ценности
9. Выберите элементы, формирующие ценностное предложение для клиентов:
 - А) продукт/услуга
 - Б) качество
 - В) дополнительные параметры
 - Г) цена
 - Д) дополнительная ценность
10. Составьте верную последовательность технологических этапов производства:
 - А) подготовка оборудования для производства
 - Б) упаковка готовой продукции
 - В) подготовка ресурсов для производства
 - Г) производство продукции согласно технологической карте

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Определения "культуры". Феномен культуры и его проявления. Функции культуры. Типология культуры. Генезис культуры.
2. Определение "цивилизации". Возникновение древнейших цивилизаций. Межцивилизационные войны и культура.
3. Система ценностей в динамике и диалоге цивилизаций. Перспективы взаимодействия и судьбы цивилизаций в XXI веке.
4. Обзор религий. Религия как часть национальной культуры. Религия как форма духовной культуры. Основные компоненты религии: вера, отношение к Богу, вероучение, культ, организация верующих. Функции религии. Типология религий.
5. Распространенность различных религий. Мировые религии: буддизм, христианство: католицизм, православие, протестантизм, ислам — возникновение, суть вероучения, основные направления, социальная доктрина и право. Национальные религии: религии Индии, Китая, Японии, Ирана, Иудаизм.

6. Глобализация экономики: факторы, тенденции, противоречия. Тенденции экономической динамики локальных цивилизаций. Локальные цивилизации в глобальной экономике.
7. Многомерная гецивилизационная модель. Влияние глобализации на социокультурный облик локальных цивилизаций.
8. Подходы к изучению сравнительного менеджмента: социальноэкономический, экологический, поведенческий, эмпирический. Предмет изучения сравнительного менеджмента.
9. Взаимосвязь сравнительного менеджмента с кросс-культурным и международным менеджментом и международным бизнесом. Развитие изучения сравнительного менеджмента в России.
10. Теория культурных универсалий Дж. Мэрдока. Системный подход к культуре – модель П.Р. Харриса и Р.Т. Морана, модель Т.Н. Глэдвина и В. Терпстра.
11. Ценностный подход к культуре – теория западных базовых и инструментальных ценностей Дж. Рокича, теория внутреннего содержания личности Г.В. Оллпорта, П.Е. Вернона и К. Линдзи.
12. Классификации деловых культур. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры.
13. Исследования Е. Холла по восприятию времени в разных культурах: монохронные и полихронные культуры. Классификация деловых культур Р. Льюиса: моноактивные, полиактивные и реактивные культуры. Классификация деловых культур Х. Триандиса по восприятию информации.
14. Цель и методология исследования. Параметры национальных культур, выявленные в ходе исследования: индекс "дистанция власти", индекс "индивидуализма", индекс "маскулинности", индекс "избежание неопределенности", индекс "долгосрочной ориентации". Связь значений индексов и общих норм поведения.
15. Влияние значений индексов на организационное поведение. Организационные модели Г. Хофстеде: "пирамида людей", "смазанная машина", "деревенский рынок", "семья".
16. Цель и методология исследования. Культурные измерения отношений между людьми: универсализм – специализация, индивидуализм – объединённость, аффективность (нейтральность – эмоциональность), диффузные и специальные культуры, культуры достижений и культуры принадлежности к группе.
17. Культурные различия в понимании времени и отношении к нему: последовательное и синхронное восприятие, ориентация на прошлое, настоящее или будущее. Культурные различия по отношению к окружающему миру: внутренне управляемые и внешне управляемые.
18. Организационные модели Ф. Тромпенаарса: "Эйфелева башня", "Управляемая ракета", "Икубатор", "Семья".
19. Кластеризация Ронена и Шенкара. Кластеризация Тромпенаарса. Модель культурных типов Льюиса.
20. Конвергенция и дивергенция деловых культур. Теоретические модели управления Фармера – Ричмена и Негандхи – Прасада.
21. Факторы формирования стилей руководства: система ценностей, интенсивность потребностей, картина мира, процесс познания, отношение к риску, межличностное общение.
22. Стилль принятия решений: директивный и партисипативный. Лидерство в кросс-культурном аспекте.
23. Культура и поведение: факторы поведения, основные характеристики эмпатии. Культура и ценности: четыре основные сферы культурных ценностей, формы культурных ценностей.
24. Понятие и основы кросс-культурной коммуникации. Структура кросскультурной коммуникации. Кросс-культурный шок и ошибки коммуникации. Невербальные

коммуникации и ошибки общения. Кросс-культурный шок: симптомы, причины, фазы и преодоление.

25. Аккультурация. Модель освоения "чужой культуры" М. Беннета.

26. Вербальная коммуникация: сущность, специфика, формы, стили, контексты. Невербальная коммуникация: сущность, специфика, кинесика, окулистика, такесика, сенсорика, проксемика, хронемика. Паравербальная коммуникация: сущность и средства.

27. Сущность и детерминирующие факторы процесса восприятия: основные элементы, фактор первого впечатления, фактор превосходства, фактор привлекательности, фактор отношения к нам. Культура и восприятие: различия в восприятии культуры, восприятие и интерпретация культуры.

28. Кросс-культурные конфликты и пути их преодоления: возникновение межкультурных конфликтов, стратегии разрешения конфликтов.

29. Межличностная привлекательность в кросс-культурной коммуникации: понятие и детерминанты межличностной привлекательности, внешние факторы привлекательности (потребность в поддержании отношений, эмоциональное состояние, пространственная близость), внутренние факторы привлекательности (физическая привлекательность, стили общения, сходство, личное отношение).

30. Атрибуция в кросс-культурной коммуникации: понятие и сущность атрибуции, ошибки атрибуции и их влияние на процесс кросс-культурной коммуникации.

31. Стереотипы восприятия в кросс-культурной коммуникации: понятие и сущность стереотипа, генезис стереотипов, функции стереотипов, значение стереотипов для кросс-культурной коммуникации.

32. Предрассудки в кросс-культурной коммуникации: понятие и сущность предрассудка, механизм формирования предрассудка, типы предрассудков, корректировка и изменение предрассудков.

33. Менеджмент в США. Экономико-географическая характеристика США. Особенности экономического развития США. Теории менеджмента в США: школа научного менеджмента (Ф. Тейлор, Ф. и Л. Джилбрет, Г. Эммерсон и др.), школа человеческих отношений в управлении (Г. Мюнстерберг, М. Фолетт, Ч. Барнард, Э. Мейо и др.), школа поведенческих наук (Р. Лайкерт, А. Маслоу, Д. Макгрегор и др.), школа науки управления, или количественный метод, ситуационный подход к управлению, системный подход к управлению (Ж. Гетти).

34. Практика американского менеджмента: основные черты американцев, отношение ко времени, к труду. Роль конкуренции. Слабые места американского менеджмента.

35. Менеджмент в Европе: многообразие деловых культур. Подходы М. Вебера, А. Файоля, К. Адамецки к управлению. Модели экономического развития и роль государства в экономике стран Евросоюза.

36. Классификация европейских систем менеджмента по Р. Лессему и Ф. Нойбауэру. Стили менеджмента и типы культуры, характерные для высшего звена управления. Концепция евроменеджмента: основополагающие ценности, характеристики менеджеров, критика концепции. Профиль евроменеджера.

37. Особенности менеджмента в Германии, Франции, Великобритании, Италии, Скандинавских странах. Особенности макроэкономического развития. Деловая культура. Модель менеджмента: особенности, возможности заимствования опыта, статус и профиль менеджера, стиль коммуникаций, лидерство, принятия решений, проблемы.

38. Менеджмент в Японии. Экономико-географическая характеристика и национальная специфика развития. Японская модель менеджмента: принципы, административные методы их реализации. Роль менеджеров. Процедуры принятия решения. Возможности использования национальной модели в других странах. Новые тенденции.

39. Менеджмент в Корее и Китае. Особенности макроэкономического развития. Деловая культура. Модель менеджмента: особенности, возможности заимствования опыта, статус и

профиль менеджера, стиль коммуникаций, лидерство, принятия решений, 42 проблемы. Конфуцианские традиции. Роль guanxi в управленческой и деловой практике Китая.

40. Менеджмент на Ближнем Востоке. Общие аспекты арабской культуры. Ценности и отношения. Роль Ислама. Пирамида бизнеса. Деловая культура. Практика менеджмента.

41. Национальные особенности Российского менеджмента. Экономикогеографическая характеристика и национальная специфика развития. Факторы, обуславливающие подходы к управлению. Попытки применить иностранные модели менеджмента. Практика Российского менеджмента. Основные проблемы современного Российского менеджмента.

42. Мотивационная дифференциация в мультинациональном коллективе. Влияние культурно-странового контекста на мотивационные изменения. Связь результатов исследований Г. Хофстеде и мотивации.

43. Мотивационные и этические проблемы международного менеджмента. Практика стимулирования труда в различных странах.

44. Цели и задачи кросс-культурной коммуникации. Составные элементы кросскультурной компетенции: аффективные, когнитивные и процессуальные. Толерантность как средство и результат кросс-культурной коммуникации.

45. Кросс-культурная компетенция в кросс-культурной кооперации. Методы овладения навыками коммуникации в кросс-культурной кооперации.

Дисциплина «Современные технологии организации и управления бизнесом»

Задания в открытой форме

1. Назовите изменения в управлении организацией, затрагивающие организационную структуру
2. Определите предмет теории организации
3. Опишите сущность организационного развития
4. Назовите основную переменную, влияющую на индивидуальное поведение
5. Назовите основную причину сопротивления изменениям в организации
6. Определите подход, где организация рассматривается как большая система, а процесс управления понимается как информационный процесс
7. Перечислите возможные последствия конфликта
8. Перечислите проблемы создания многонациональных команд
9. Назовите основной принцип формирования организаций будущего
10. Обозначьте стиль, где решения принимает руководитель, быстро и не обсуждает с подчиненными

Вопрос	Ответ
1. Назовите изменения в управлении организацией, затрагивающие организационную структуру	Организационные изменения
2. Определите предмет теории организации	Природа и сущность организации
3. Опишите сущность организационного развития	<i>Организационное развитие</i> — это плановый и управляемый процесс преобразований с целью повышения организационной эффективности.
4. Назовите основную переменную, влияющую на индивидуальное поведение	Индивидуальные характеристики человека.

5. Назовите основную причину сопротивления изменениям в организации	Убеждение, что перемены не принесут ожидаемых результатов
6. Определите подход, где организация рассматривается как большая система, а процесс управления понимается как информационный процесс	Системно-кибернетический подход
7. Перечислите возможные последствия конфликта	Моральный ущерб. Порождение новых конфликтных ситуаций.
8. Перечислите проблемы создания многонациональных команд	Различия в деловой культуре и этике. Национальные и этнические различия.
9. Назовите основной принцип формирования организаций будущего	Гибкость и адаптивность.
10. Обозначьте стиль, где решения принимает руководитель, быстро и не обсуждает с подчиненными	Авторитарный стиль

Тестовые вопросы по дисциплине

Вопрос 1. Предмет теории организации составляют:

- А) организационные отношения людей в процессе совместной деятельности и закономерности их развития;**
- Б) экономические показатели работы;
- В) теоретические концепции менеджмента;
- Г) психология людей.

Вопрос 2. Исходным постулатом тектологии является утверждение, что:

- А) мир познаваем;
- Б) организации способны к саморегулированию;
- В) законы организации являются универсальными для систем любого типа;**
- Г) основной закон синергии.

Вопрос 3. Современная теория организации сформировалась на стыке областей научных знаний, среди которых ведущее место занимают:

- А) теория управления;
- Б) кибернетика;**
- В) философия;
- Г) общая теория систем;**
- Д) менеджмент.

Вопрос 4. Точка перелома в жизненном цикле организации находится:

- А) между циклами роста и зрелости;**
- Б) между созданием и ростом;
- В) между зрелостью и спадом;
- Г) на этапе спада;
- Д) между спадом и созданием.

Вопрос 5. Если в группе наблюдаются единство членов группы, теснота и устойчивость межличностных взаимоотношений и взаимодействия, степень эмоциональной привлекательности группы для ее членов, то это:

- А) синергия;
- Б) огруппление мышления;
- В) конформизм;
- Г) **сплоченность.**

Вопрос 6. Что является отличительной чертой матричной структуры управления?

- А) **наличие у работников одновременно двух руководителей с равными правами управления;**
- Б) персонал высвобождается для решения стратегических задач;
- В) линейный руководитель принимает окончательное решение и передает его подчиненным для исполнения;
- Г) сохранение принципа единоначалия.

Вопрос 7. Отсутствие чётких целей у менеджеров может вызвать:

- А) чрезмерные стрессовые нагрузки;
- Б) безразличие к карьере;
- В) срыв важных заданий;
- Г) оправдание пассивности, инертности;
- Д) **все ответы верны.**

Вопрос 8. Внешний механизм управления поведением группы, индивидуальным уровнем поведения действует через:

- А) **организационную культуру и систему формальных и неформальных отношений между членами группы, осуществляемых в данной организации;**
- Б) профессиональное и личностное развитие сотрудников организации;
- В) решение проблемных ситуаций в организации;
- Г) оценку деятельности сотрудников.

Вопрос 9. Главное в управлении изменениями в организации, с точки зрения организационного поведения, заключается:

- А) **преодолеть сопротивление работников организации новшествам;**
- Б) передать информацию сотрудникам;
- В) внедрить новые технологии;
- Г) реструктурировать организацию;
- Д) перейти на новую систему планирования.

Вопрос 10. При разработке организационной стратегии сверху вниз:

- А) каждое подразделение разрабатывает свои рекомендации;
- Б) **стратегический план как приказ спускается вниз по всем уровням управления;**
- В) предложения поступают руководству от каждого подразделения.

Дисциплина «Инновационные бизнес-модели»

Задания в открытой форме

1. Назовите основную цель финансового менеджмента

2. Перечислите инструментарий управления финансами организации
3. Обозначьте инструмент для иллюстрации результатов качественного и количественного анализа рисков
4. Перечислите методы снижения степени риска в организации
5. Дайте определение понятия внеоборотные активы организации
6. Дайте определение понятия производственный цикл
7. Назовите первый этап оценки эффективности управления запасами
8. Определите объём продажи товаров или услуг, при котором доходы компенсируют расходы компании
9. Опишите сущность понятия «финансовое планирование»
10. Перечислите виды финансового планирования

Вопрос	Ответ
1. Назовите основную цель финансового менеджмента	Получить наибольшую выгоду от функционирования предприятия в интересах его собственников.
2. Перечислите инструментарий управления финансами организации	Бюджет доходов и расходов. План-фактный анализ. SWOT-анализ
3. Обозначьте инструмент для иллюстрации результатов качественного и количественного анализа рисков	<i>Карта рисков</i>
4. Перечислите методы снижения степени риска в организации	Отказ от риска Передача риска партнеру Страхование риска
5. Дайте определение понятия внеоборотные активы организации	<i>Внеоборотные активы</i> — это имущество, которое эксплуатируется более 12 месяцев.
6. Дайте определение понятия производственный цикл	<i>Производственный цикл</i> – это период полноценного оборота средств, которые нужны для обслуживания работы предприятия.
7. Назовите первый этап оценки эффективности управления запасами	Анализ объёма запасов за предыдущий период.
8. Определите объём продажи товаров или услуг, при котором доходы компенсируют расходы компании	<i>Точка безубыточности</i>
9. Опишите сущность понятия «финансовое планирование»	<i>Финансовое планирование</i> — управление доходами и расходами компании или проекта.
10. Перечислите виды финансового планирования	Стратегическое Текущее Оперативное финансовое планирование

Тестовые вопросы по дисциплине

Вопрос 1. Система принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов:

- А) **Финансовый менеджмент;**
- Б) Риск-менеджмент;
- В) Производственный менеджмент;
- Г) Антикризисный менеджмент;
- Д) Инвестиционный менеджмент

Вопрос 2. Установите соответствие:

- А) Долгосрочные обязательства
- Б) Краткосрочные обязательства
- А1) Долгосрочные кредиты, долгосрочные займы
- Б1) Краткосрочные кредиты, кредиторская задолженность

Вопрос 3. Установите соответствие:

- А) Общие функции финансового менеджмента
- Б) Конкретные функции финансового менеджмента
- А1) Планирование, контроль, учет
- Б1) Принятие долгосрочных инвестиционных решений, определение оптимальной структуры активов

Вопрос 4. Установите последовательность стадий кругооборота оборотных средств:

- А) «Деньги»
- Б) «Товар»
- В) «Производство»
- Г) «Товар»
- Д) «Деньги»

Вопрос 5. Функциональный комплекс, обеспечивающий процесс непрерывного целенаправленного подбора соответствующих информативных показателей.

- А) **Информационная система;**
- Б) Финансовый менеджмент;
- В) Финансовый анализ;
- Г) Финансовый прогноз.

Вопрос 6. Субъект финансового менеджмента, самостоятельно осуществляющий функции финансового менеджмента, как правило, на малых предприятиях, с небольшим объемом финансовой деятельности.

- А) **Собственник предприятия**
- Б) финансовый менеджер широкого профиля
- В) функциональный финансовый менеджер;
- Г) финансовый механизм;
- Д) главный бухгалтер

Вопрос 7. Установите правильную последовательность этапов кругооборота капитала в коммерческой организации

- А) Исходная (или вторичная) мобилизация

- Б) Инвестирование (вложение в оборотные и внеоборотные активы)
- В) Внутренние операции
- Г) Реализация
- Д) Инкассация

Вопрос 8. Установите соответствие:

- А) Узкий специалист, осуществляющий функции управления в одной из сфер финансовой деятельности предприятия.**
- А1) функциональный финансовый менеджер;**
- Б) Субъект финансового менеджмента, осуществляющий практически все функции финансового управления предприятием.**
- Б1) финансовый менеджер широкого профиля**

Вопрос 9. В структуру механизма финансового менеджмента включается:

- А) Внешняя поддержка финансовой деятельности**
- Б) Авансирование;
- В) Правоведение;
- Г) Сторнирование;
- Д) Мониторинг

Вопрос 10. Установите последовательность:

- А) Изучение потребностей**
- Б) Производство**
- В) Сбыт**

Дисциплина «Инновационный менеджмент»

Задания в открытой форме

1. Дайте определение бизнес-модели.
2. Дайте определение инновационного процесса.
3. Перечислите принципы бизнес-моделирования.
4. Перечислите типы бизнес-моделей.
5. Перечислите составляющие бизнес-процесса.
6. Перечислите структурные блоки бизнес-модели.
7. Перечислите факторы, влияющие на выбор бизнес-модели.
8. Перечислите показатели оценки эффективности бизнес-модели.
9. Дайте определение понятия «стартап».
10. Перечислите показатели эффективности стартапа.
11. Опишите бизнес-модель Д. Джонсона.
12. Опишите бизнес-модель К. Кристенсена.
13. Опишите бизнес-модель Х. Кагерманна.
14. Опишите суть «экосистемной» бизнес-модели.
15. Опишите суть франчайзинговой бизнес-модели.
16. Перечислите виды конкурентных преимуществ.
17. Дайте определение потребительской ценности.
18. Перечислите особенности венчурного предпринимательства.
19. Перечислите характеристики инновационного процесса.
20. Опишите этапы разработки и реализации инновационных проектов.

Вопрос	Ответ
1 Дайте определение бизнес-модели.	<i>Бизнес-модель</i> – определяет, как компания создает, доставляет и получает ценность. Существуют различные типы бизнес-моделей, каждый из которых характеризуется уникальным подходом к организации и ведению бизнеса.
2 Дайте определение инновационного процесса.	<i>Инновационный процесс</i> — это последовательность этапов деятельности, в ходе которых инновация проходит путь от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании.
3 Перечислите принципы бизнес-моделирования.	<i>Осуществимость.</i> <i>Информационная достаточность.</i> <i>Множественность.</i>
4 Перечислите типы бизнес-моделей.	Производственная модель. Модель дистрибьюции. Модель подписки. Франчайзинговая модель. Модель рекламы. Партнерская модель. Модель "долины" Модель краудфандинга Модель агрегатора
5 Перечислите составляющие бизнес-процесса.	<i>Вход.</i> Исходное сырьё или данные, необходимые для старта. <i>Выход.</i> Результат проделанной работы. <i>Ресурсы.</i> Материалы, оборудование, программное обеспечение и специалисты, которые нужны для получения результата. <i>Владелец.</i> Тот, кто владеет ресурсами, управляет процессом и несёт ответственность за результат. <i>Исполнители.</i> Сотрудники, задействованные в выполнении процесса. <i>Управляющие воздействия.</i> Методики, инструкции, правила выполнения, требования. <i>Потребитель.</i> Субъект, который использует готовый продукт бизнес-процесса. Потребитель может быть внешним (клиент компании) или внутренним (другой сотрудник или отдел).
6 Перечислите структурные блоки бизнес-модели.	Потребительские сегменты. Ценностные предложения. Каналы сбыта. Взаимоотношения с клиентами. Потоки поступления доходов. Ключевые ресурсы. Ключевые виды деятельности. Ключевые партнеры. Структура издержек.
7 Перечислите факторы, влияющие на выбор бизнес-модели.	Анализ рынка, целевой аудитории и конкурентов. Ценность продукта или услуги. Срок окупаемости и запас прочности. Изучение отзывов других владельцев.

	Изменения во внешней среде.
8 Перечислите показатели оценки эффективности бизнес-модели.	Финансовые показатели Операционные показатели Показатели удовлетворенности клиентов Показатели рыночной эффективности Показатели инновационности Показатели устойчивости Экологические и социальные показатели.
9 Дайте определение понятия «стартап».	<i>Стартап</i> (от английского start up — запуск) — понятие, которым обозначают только созданную или с небольшой историей деятельности компанию, обычно инновационную или сосредоточенную вокруг какой-то новой перспективной идеи.
10 Перечислите показатели эффективности стартапа.	Стоимость привлечения клиентов Показатель удержания клиентов Жизненный цикл клиента Коэффициент конверсии Объем товарооборота
11 Опишите бизнес-модель Д. Джонсона.	<i>Бизнес-модель Джонсона включает четыре взаимосвязанных элемента:</i> <i>Предложенная потребителям ценность.</i> Описывает ценностное предложение, исходящее от фирмы, к внешним экономическим агентам. <i>Формула прибыли.</i> Определяет, каким образом компания создаёт ценность для себя, в то же время предоставляя её потребителю. <i>Ключевые ресурсы.</i> К ним относятся: персонал, технологии, продукция, сооружения, оборудование, каналы поставок. <i>Ключевые процессы.</i> Бюджетирование и планирование, обучение и развитие, производство, продажи и услуги, корпоративная культура.
12 Опишите бизнес-модель К. Кристенсена.	<i>Бизнес-модель К. Кристенсена включает четыре взаимосвязанных элемента:</i> <i>Предложенная потребителям ценность.</i> Ключевые потребители, потребность, требующая удовлетворения, предложение компании. <i>Формула прибыли.</i> Модель получения дохода, структура затрат, модель предельной прибыли, скорость обращения ресурсов. <i>Ключевые ресурсы.</i> Персонал, технология, продукция, оборудование, информация, каналы поставок, партнёрства, альянсы. <i>Ключевые процессы.</i> Процессы, правила, нормы. Содержание бизнес-модели может меняться в зависимости от стадии развития компании.
13 Опишите бизнес-модель Х. Кагерманна.	<i>Бизнес-модель Х. Кагерманна</i> основана на идее, что потребители хотят получать не только товар или услугу, но и опыт. В связи с этим компания должна создавать уникальные ценности и преимущества для своих клиентов, которые будут отличать её от конкурентов.

	В целом, бизнес-модель Х. Кагерманна направлена на создание уникального опыта, который поможет компании стать лидером на рынке и привлечь новых клиентов.
14 Опишите суть «экосистемной» бизнес-модели.	<i>Экосистемная бизнес-модель</i> — это среда, в которой компании могут комплексно взаимодействовать и развиваться, одновременно удовлетворяя растущий потребительский спрос в едином пространстве. <i>Суть модели заключается в следующих принципах:</i> Модульность. Каждый элемент экосистемы может развиваться отдельно, но при этом все компоненты эффективно взаимодействуют друг с другом. Кастомизация. Возможность настройки продукта или услуги под потребности конкретного клиента. Многосторонние отношения. Активное взаимодействие со всеми участниками рынка: поставщиками, партнёрами, конкурентами и потребителями. Координация. Согласованность действий участников для достижения общих целей и задач.
15 Опишите суть франчайзинговой бизнес-модели.	Суть франчайзинговой бизнес-модели заключается в том, что одна компания, имеющая свой известный бренд, передаёт право другой открыть точную копию своего бизнеса. Такое сотрудничество даёт предпринимателям возможность использовать бренд, товарные знаки, технологии «материнской» компании, фирменный стиль, различную интеллектуальную собственность. Предприниматель или организация, купившая франшизу (франчайзи), обязуется следовать стандартам и правилам головной компании (франчайзера).
16 Перечислите виды конкурентных преимуществ.	<i>Технологические.</i> Это преимущества, которые влияют на качество продуктов компании и ее производительность. <i>Ресурсные.</i> К этим преимуществам относится доступ компании к наиболее качественному или дешевому сырью. <i>Рыночные.</i> Это преимущества, которые касаются рекламных кампаний, системы сбыта, дистрибьюции, постпродажного сервиса и доли рынка. <i>Инновационные.</i> К таким преимуществам относится задействование в работе ученых и результатов научно-исследовательских работ, что помогает усовершенствовать товары и услуги компании, увеличить ассортимент. <i>Культурные.</i> Это преимущества, связанные со схожестью или отличиями культуры стран, в которых работает компания. <i>Управленческие.</i> К этим преимуществам относится способность компании привлекать

	квалифицированных специалистов на разных этапах работы.
17 Дайте определение потребительской ценности.	<i>Потребительская ценность</i> – уникальный набор свойств товара, необходимый для удовлетворения потребности покупателя.
18 Перечислите особенности венчурного предпринимательства.	Связано с долгосрочными финансовыми вложениями третьих лиц (инвесторов). Характерной особенностью инвестирования в венчурный бизнес является вложение финансовых средств без всяких гарантий и материального обеспечения со стороны венчурных фирм. Венчурные фирмы, небольшого, как правило, размера, заняты разработкой научных идей и превращением их в новые технологии и продукты.
19 Перечислите характеристики инновационного процесса.	Последовательность действий. Преобразование научного знания в инновацию. Циклический характер. Высокая значимость человеческого фактора. Длительность. Риски.
20 Опишите этапы разработки и реализации инновационных проектов.	Этапы разработки и реализации инновационных проектов: - формирование инновационного замысла (идеи) - исследование инновационных возможностей - подготовка контрактной документации - подготовка проектной документации - строительно-монтажные работы - эксплуатация объекта - мониторинг экономических показателей

Тестовые вопросы по дисциплине

Вопрос 1. Предпринимательские идеи, основанные на анализе не осознанных потребителем и пока неудовлетворенных запросов, приводят к проектам

- а. с повышенным риском и высокой доходностью**
- б. с пониженным риском и высокой доходностью
- в. с повышенным риском и низкой доходностью
- г. с гарантированной доходностью

Вопрос 2. Раздел бизнес-плана, содержащий анализ конкурентоспособности:

- а. план производства продуктов
- б. маркетинговый план**
- в. финансовый план
- г. оценка эффективности проекта

Вопрос 3. Инструмент, используемый в рамках маркетинговых исследований, предназначенный для мониторинга и анализа факторов внешней среды, которые могут повлиять на деятельность компании:

- а. SWOT-анализ
- б. финансовый анализ
- в. СТЕР-анализ**
- г. статистический анализ

Вопрос 4. Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:

- а. социальные, организационные, коммерческие
- б. технические, коммерческие, социальные
- в. экономические, социальные, организационные**
- г. экологические, коммерческие, технические

Вопрос 5. Бизнес-модель, при которой по крайней мере один значимый потребительский сегмент может в течение длительного времени получать продукт бесплатно, при этом финансирование потребителей, которые ничего не платят, осуществляется за счет другой части бизнес-модели или другим потребительским сегментом, называется

- а. бизнес-модель «Длинный хвост»**
- б. бизнес-модель «Аукцион»
- в. бизнес-модель «Freemium»
- г. бизнес-модель «Франчайзинг»

Вопрос 6. Бизнес-моделью называют

- а. совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителей;
- б. стабильный элемент бизнес-архитектуры, описывающий что организация способна сделать
- в. представление бизнес-системы в виде совокупности структурных блоков, имеющих ключевое значение для бизнеса.**
- г. детализированный бизнес-план

Вопрос 7. «Карта процесса» в моделировании бизнес-процессов представляет собой

- а. графическое представление ресурсов
- б. список задач в процессе
- в. структурированный язык программирования
- г. визуальное представление шагов и последовательности бизнес-процесса**

Вопрос 8. Термин «бизнес-правило» в контексте моделирования бизнес-процессов означает

- а. содержание политики компании
- б. случайное правило
- в. техническое ограничение
- г. формальное выражение требований или ограничений, которые регулируют бизнес-процесс**

Вопрос 9. Под процессным подходом к управлению деятельностью организации понимается

- а. оптимальное распределение полномочий и ответственности в процессах
- б. назначение владельцев процессов, определение поставщиков и потребителей всех процессов
- в. использование в организации матричной организационной структуры
- г. взгляд на деятельность организации как систему взаимосвязанных и взаимодополняющих процессов, которыми необходимо управлять для достижения целей**
- д. использование результатов моделирования предметных областей деятельности организации в процессе принятия решений

Вопрос 10. Модель, описывающая последовательность действий и решений в рамках бизнес-процесса – это

- а. сетевая модель
- б. математическая модель

в. статистическая модель

г. процессная модель

Научно-исследовательская практика

Задания в открытой форме

1. Развитие научных исследований в области стратегического менеджмента.
2. Исследование базовых методов формирования и выбора стратегических инициатив
3. Особенности разработки стратегии управления организацией в условиях глобализации и информатизации экономики.
4. Стратегическое исследование поведения покупателей
5. Исследование зарубежного опыта стратегического управления
6. Значение исследования поведения покупателей
7. Применение зарубежного опыта в России
8. Значение стратегического управления
9. Исследование современной управленческой культуры.
10. Исследование возможностей формирования стратегии развития бизнеса в современных условиях
11. Этапы разработки стратегии
12. Исследование стратегических подходов к сегментации рынка
13. Применение технологий в сегментации
14. Критерии сегментации в исследованиях
15. Примеры стратегий сегментации
16. Концепция ценности как методологическая основа стратегического выбора
17. Теоретико-методические аспекты разработки стратегии развития организации
18. Исследование модели стратегического управления в России
19. Пути совершенствования стратегического управления в России
20. Маркетинговые исследования как основа для принятия стратегических решений

Вопрос	Ответ
11. Развитие научных исследований в области стратегического менеджмента.	Развитие научных исследований в области стратегического менеджмента охватывает множество аспектов, включая новые концепции, методологии и подходы, адаптирующиеся к быстро меняющимся условиям внешней среды. Основные направления и тенденции развития можно выделить следующим образом: 1. Эволюция стратегического менеджмента 2. Гибкость и адаптивность 3. Корпоративная культура 4. Устойчивое развитие и социальная ответственность Научные исследования также фокусируются на методологических основах стратегического управления: — Ресурсный подход: Уделение внимания ресурсам как ключевым элементам для формирования конкурентных преимуществ;

	— Неопределенность: Актуализация теоретико-методологических подходов к управлению в условиях высокой неопределенности внешней среды. Развитие научных исследований в области стратегического менеджмента отражает необходимость постоянной адаптации к изменениям внешней среды. Гибкость стратегий, внимание к корпоративной культуре, устойчивое развитие и применение современных методологических подходов становятся основными факторами успеха организаций в условиях динамичного рынка.
12. Исследование базовых методов формирования и выбора стратегических инициатив	Исследование базовых методов формирования и выбора стратегических инициатив является важной частью стратегического менеджмента, позволяющей организациям адаптироваться к изменениям и достигать своих целей. Рассмотрим ключевые аспекты и методы, используемые в этом процессе. 1. Определение стратегических инициатив Стратегическая инициатива — это проект или программа, направленная на реализацию стратегических целей организации. Она должна соответствовать общей стратегии компании и задавать направление действий в определенной области. Стратегические инициативы включают в себя: Описание инициативы: Четкое определение цели и задач. Ожидаемые результаты: Конкретные результаты, которые должны быть достигнуты. Ресурсы и затраты: Оценка необходимых ресурсов и финансовых затрат для реализации инициативы. Сроки реализации: Установление временных рамок для достижения целей. 2. Методы формирования стратегических инициатив 2.1. Мозговой штурм Мозговой штурм — это метод генерации идей, при котором участники свободно высказывают свои предложения по формированию новых стратегий или инициатив. Этот метод способствует креативности и позволяет выявить множество идей за короткий промежуток времени. 2.2. Анализ SWOT SWOT-анализ (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) помогает выявить сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы внешней среды. Это позволяет формировать инициативы, которые максимально используют внутренние ресурсы и возможности рынка. 2.3. Разработка сценариев Метод разработки сценариев включает в себя создание различных возможных будущих состояний для оценки потенциальных рисков и возможностей. Это помогает

	организациям подготовиться к различным сценариям развития событий и сформировать соответствующие инициативы. 2.4. Матричные методы Матричные методы (например, матрица BCG или GE/McKinsey) позволяют визуализировать позиции различных бизнес-единиц или продуктов на рынке и определить приоритетные направления для формирования стратегических инициатив. 3. Выбор стратегических инициатив 3.1. Оценка и ранжирование После формирования списка потенциальных стратегических инициатив необходимо провести их оценку по заранее установленным критериям: Стратегическое соответствие: Насколько инициатива соответствует общей стратегии компании. Потребность в ресурсах: Оценка необходимых ресурсов для реализации. Организационные возможности: Способность компании реализовать данную инициативу без значительных рисков. 3.2. Количественная оценка Для количественной оценки стратегических инициатив можно использовать балльные системы, где каждая инициатива оценивается по нескольким критериям с учетом их весов. Это позволяет получить итоговую оценку каждой инициативы, что упрощает процесс принятия решений. Формирование и выбор стратегических инициатив требуют системного подхода, включающего использование различных методов анализа и оценки. Эффективные стратегии позволяют организациям адаптироваться к изменениям внешней среды и достигать поставленных целей, что в конечном итоге способствует их устойчивому развитию на рынке.
13. Особенности разработки стратегии управления организацией в условиях глобализации и информатизации экономики.	Разработка стратегии управления организацией в условиях глобализации и информатизации экономики требует учета множества факторов, связанных с изменениями в окружающей среде, технологическими инновациями и изменением социальных структур. Глобализация создает иерархическую структуру управления, где ведущие страны и международные организации играют ключевую роль. Это требует от организаций: Адаптации к международным стандартам: Необходимость следовать глобальным практикам и стандартам для поддержания конкурентоспособности на международной арене. Интеграции в глобальные цепочки поставок: Участие в международных рынках требует оптимизации логистики и адаптации бизнес-моделей к условиям глобального спроса.

	Информатизация, как мощный катализатор развития, требует: Внедрения современных информационных технологий: Использование ИТ для оптимизации процессов управления и повышения эффективности. Это включает создание систем для сбора и анализа данных, что помогает в принятии стратегических решений . Развития информационной культуры: Формирование среды, способствующей обмену знаниями и инновациям, что является критически важным для адаптации к быстроменяющимся условиям. В условиях высокой неопределенности и динамичности рынка организации должны: Разрабатывать гибкие стратегии: Способность быстро адаптироваться к изменениям внешней среды, включая политические, экономические и социальные факторы. Использовать сценарное планирование: Оценка различных возможных будущих состояний для подготовки к потенциальным рискам и возможностям Современные стратегии должны учитывать: Социальную ответственность: Включение аспектов устойчивого развития в бизнес-модели, что позволяет не только соответствовать требованиям общества, но и создавать долгосрочную ценность. Преодоление цифрового неравенства: Обеспечение доступа к информационным технологиям для всех слоев населения как фактор повышения конкурентоспособности. Государственная политика также играет важную роль в формировании стратегий: Создание благоприятной нормативной базы: Разработка законов и регуляций, способствующих развитию информационных технологий и поддерживающих инновационные инициативы. Поддержка образования и науки: Инвестиции в человеческий капитал как основа для успешного внедрения новых технологий и подходов в управление. Разработка стратегии управления организацией в условиях глобализации и информатизации экономики требует комплексного подхода, учитывающего как внутренние ресурсы компании, так и внешние факторы. Гибкость стратегий, использование современных технологий, внимание к социальной ответственности и активная роль государства являются ключевыми аспектами успешного управления в современном мире.
14. Стратегическое исследование поведения покупателей	Стратегическое исследование поведения покупателей является важным инструментом для компаний, стремящихся занять лидирующие позиции на рынке. Понимание потребностей клиентов, использование различных методов исследования и применение полученных данных позволяют организациям

	адаптироваться к изменениям в рыночной среде и эффективно конкурировать. Исследования выделяют несколько стратегий поведения покупателей: Рациональное поведение: Покупатели принимают решения на основе логического анализа и сравнения цен. Эмоциональное поведение: Эмоции и чувства играют ключевую роль в процессе принятия решений, что может привести к импульсивным покупкам. Социальное поведение: Влияние окружения, включая мнения друзей и семьи, может значительно повлиять на выбор покупателя. На основе полученных данных компании могут: Корректировать свои предложения: Изменять характеристики продукции или услуги в соответствии с выявленными потребностями клиентов. Разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии: Использовать информацию о потребительских предпочтениях для создания целевых рекламных кампаний. Улучшать клиентский опыт: Оптимизировать взаимодействие с клиентами на всех этапах их пути, что способствует повышению удовлетворенности и лояльности
15. Исследование зарубежного опыта стратегического управления	Зарубежные практики стратегического управления Фокус на инновациях: В США стратегическое управление акцентируется на поддержке научных разработок и предпринимательства. Взаимодействие между бизнесом и образовательными учреждениями способствует формированию инновационных кластеров. Гибкость и адаптивность: Американская модель управления позволяет быстро адаптироваться к изменениям в экономической среде, что является важным аспектом успешного стратегического планирования. Скандинавская модель: В странах, таких как Швеция и Норвегия, применяется принцип трипаризма, который включает взаимодействие государства, бизнеса и научных учреждений в процессе стратегического планирования. Это способствует комплексному подходу к решению задач развития. Франция: Здесь стратегическое планирование основывается на пятилетних планах, которые фиксируют макроэкономические показатели роста и направлены на социальное развитие. Японская модель: В Японии стратегическое управление включает долгосрочное планирование с акцентом на качество и инновации, что позволяет поддерживать высокие темпы экономического роста.

	Китай: В Китае стратегическое управление ориентировано на быстрое развитие инфраструктуры и поддержку высоких технологий, что также способствует экономическому росту.
16. Значение исследования поведения покупателей	Исследование поведения покупателей помогает выявить: Потребительские предпочтения и мотивации: Понимание того, что движет покупателями при выборе товаров и услуг, позволяет компаниям разрабатывать более целенаправленные маркетинговые стратегии. Сегментацию рынка: Выделение групп покупателей с похожими потребностями и поведением помогает точнее настраивать маркетинговые кампании и предлагать персонализированные предложения. Анализ путей клиента: Исследование всех этапов взаимодействия клиента с брендом, от первого контакта до принятия решения о покупке, позволяет оптимизировать каждую точку взаимодействия.
17. Применение зарубежного опыта в России	Изучение зарубежного опыта стратегического управления имеет важное значение для России, особенно в контексте оптимизации существующих систем планирования: Адаптация лучших практик: Россия может перенять успешные модели стратегического управления из других стран, адаптируя их к своим условиям. Устойчивое развитие: Включение аспектов устойчивого развития в стратегические планы позволит России более эффективно справляться с вызовами глобализации. Изучение успешных практик различных стран помогает формировать более эффективные стратегии, способствующие устойчивому развитию и повышению качества жизни населения.
18. Значение стратегического управления	Стратегическое управление играет критическую роль в обеспечении долгосрочной конкурентоспособности и устойчивого развития стран. Оно включает в себя: Долгосрочное планирование: Формирование четких целей и задач, направленных на развитие экономики и улучшение качества жизни населения. Адаптация к изменениям: Способность реагировать на внешние вызовы и использовать возможности, возникающие в условиях глобализации.
19. Исследование современной управленческой культуры.	Современная управленческая культура является важным фактором успешного функционирования организаций. Она включает в себя множество компонентов, влияющих на эффективность работы, адаптацию к изменениям и создание позитивной рабочей среды. Исследование этой области позволяет выявить лучшие практики и адаптировать их к конкретным условиям бизнеса.

	Современная управленческая культура оказывает значительное влияние на эффективность работы организаций: Повышение конкурентоспособности: Качественная управленческая культура способствует улучшению производительности и инновационности. Улучшение внутренней атмосферы: Создание позитивной рабочей среды повышает вовлеченность сотрудников и снижает текучесть кадров. Адаптация к изменениям: Гибкость управленческой культуры позволяет организациям быстрее реагировать на изменения внешней среды.
20. Исследование возможностей формирования стратегии развития бизнеса в современных условиях	Формирование стратегии развития бизнеса в современных условиях требует тщательного анализа, учета ресурсов и применения инновационных подходов. Компании должны быть готовы к постоянным изменениям в рыночной среде и адаптировать свои стратегии для достижения устойчивого роста и конкурентных преимуществ. Регулярное обновление стратегий на основе анализа внешней среды является ключом к долгосрочному успеху бизнеса. Стратегия развития бизнеса является основой для достижения долгосрочных целей и обеспечения устойчивого роста. Она помогает определить: - Цели и приоритеты: Четкое понимание того, чего компания хочет достичь. - Конкурентные преимущества: Способы выделения на рынке и укрепления позиций.
21. Этапы разработки стратегии	1. Анализ внешней и внутренней среды SWOT-анализ: Оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Это позволяет выявить ключевые факторы, влияющие на стратегию. PESTEL-анализ: Изучение политических, экономических, социальных, технологических, экологических и правовых факторов, которые могут повлиять на бизнес. 2. Определение целей Конкретизация целей: Определение краткосрочных и долгосрочных целей, которые должны быть измеримыми и достижимыми. Приоритизация: Установление приоритетов для достижения этих целей. 3. Разработка стратегий Выбор типа стратегии: Определение подходящей стратегии (например, стратегия прорыва, эволюционного развития или выживания) в зависимости от анализа рынка и ресурсов. Формирование стратегии должно учитывать доступные ресурсы: Финансовые ресурсы: Оценка возможностей привлечения инвестиций и управления затратами.

	Человеческие ресурсы: Оценка квалификации сотрудников и необходимость в обучении. Материальные ресурсы: Анализ наличия необходимых активов для реализации стратегии. 4. Реализация стратегии Реализация стратегии включает в себя: Создание тактических планов: Определение конкретных действий для достижения стратегических целей. Мониторинг и оценка результатов: Регулярная проверка выполнения стратегий и корректировка при необходимости. Современные технологии играют ключевую роль в формировании стратегий: Цифровизация процессов: Использование информационных технологий для оптимизации бизнес-процессов. Аналитика данных: Применение аналитических инструментов для принятия обоснованных решений на основе данных о рынке и потребителях.
22. Исследование стратегических подходов к сегментации рынка	Стратегические подходы к сегментации рынка помогают компаниям лучше понимать своих клиентов и адаптировать свои предложения под их потребности. Использование различных методов и критериев сегментации позволяет повысить эффективность маркетинговых кампаний и улучшить общие результаты бизнеса. В условиях растущей конкуренции и быстро меняющегося рынка успешная сегментация становится ключевым фактором для достижения устойчивого роста и повышения лояльности клиентов. Сегментация рынка позволяет: Оптимизировать ресурсы: Сосредоточение на наиболее перспективных сегментах помогает избежать распыления ресурсов. Улучшить стратегии продвижения: Разработка целевых маркетинговых стратегий для конкретных групп потребителей. Повысить конкурентоспособность: Углубленное понимание потребностей клиентов способствует созданию уникальных предложений.
23. Применение технологий в сегментации	Современные технологии и инструменты анализа данных играют ключевую роль в процессе сегментации: Аналитика данных: Использование больших данных для более точного определения целевой аудитории и ее предпочтений. Автоматизация маркетинга: Позволяет эффективно управлять рекламными кампаниями для различных сегментов.
24. Критерии сегментации в исследованиях	Сегментация может проводиться по различным критериям, включая:

	Демографические: Возраст, пол, уровень дохода и образование. Географические: Местоположение, климатические условия. Психографические: Образ жизни, ценности и интересы. Поведенческие: Частота покупок, реакции на маркетинговые кампании и предпочтения.
25. Примеры стратегий сегментации	Примеры стратегий сегментации 1. Концентрированная стратегия Один продукт предлагается одному сегменту, что позволяет выстраивать сильный бренд. 2. Ассортиментная стратегия Несколько продуктов предлагаются одному сегменту, что дает возможность удовлетворить разнообразные потребности внутри группы. 3. Гиперсегментация Разделение аудитории на очень узкие группы с учетом множества параметров, что позволяет создавать максимально персонализированные предложения
26. Концепция ценности как методологическая основа стратегического выбора	Концепция ценности как методологическая основа стратегического выбора позволяет организациям более эффективно управлять своими ресурсами и адаптироваться к изменениям в окружающей среде. Интеграция ценностей в стратегическое планирование и операционные процессы способствует созданию устойчивых конкурентных преимуществ и повышению общей эффективности бизнеса. Управление организацией на основе ценностей подразумевает интеграцию ценностей в повседневную практику: Детализация ценностей: Превращение абстрактных ценностей в конкретные действия и процессы через политику, регламенты и инструкции. Мониторинг и корректировка: Постоянная оценка соответствия действий организации заявленным ценностям и корректировка стратегии при необходимости.
27. Теоретико-методические аспекты разработки стратегии развития организации	Теоретико-методические аспекты разработки стратегии развития организации включают в себя комплексный анализ внешней и внутренней среды, оценку ресурсов и применение различных инструментов управления. Эти элементы помогают создать эффективную стратегию, способствующую достижению долгосрочных целей и повышению конкурентоспособности на рынке. В условиях постоянных изменений важно также учитывать динамику внешней среды и адаптировать стратегии в соответствии с новыми вызовами и возможностями. Методологические подходы 1. Ресурсный подход

	Фокусируется на внутренних ресурсах и возможностях организации как источниках конкурентных преимуществ: Оценка ресурсов (финансовых, человеческих, технологических) для определения их влияния на стратегию. 2. Стратегический менеджмент Включает в себя процессы планирования, реализации и контроля стратегий: Постоянная корректировка стратегий в ответ на изменения во внешней среде. 4. Инструменты разработки стратегии Разработка стратегии включает использование различных инструментов: Анализ данных: Использование статистических методов для прогнозирования будущих тенденций. Моделирование сценариев: Создание различных сценариев для оценки потенциальных рисков и возможностей. 5. Применение концепции ценности Концепция ценности служит основой для формирования стратегического выбора: Определение ценностного предложения для клиентов помогает формировать уникальные конкурентные преимущества.
28. Исследование модели стратегического управления в России	Исследование модели стратегического управления в России включает анализ текущего состояния и выявление путей ее совершенствования. В России стратегическое управление осуществляется через различные институты и механизмы, включая: Форумы и конференции: Например, Общероссийский форум «Стратегическое планирование в регионах и городах России» акцентирует внимание на взаимодействии власти, бизнеса и общества для трансформации экономики. Законодательство: Основой для стратегического планирования служат законодательные акты, которые определяют принципы и механизмы стратегического управления. Необходимость адаптации к изменениям: В условиях глобализации и экономических изменений требуется оперативная корректировка стратегий. Модель стратегического управления в России требует дальнейшего развития с акцентом на повышение качества планирования, интеграцию современных технологий и устойчивое развитие. Эффективное взаимодействие между государственными органами, бизнесом и обществом является ключевым фактором для успешной реализации стратегий в условиях быстро меняющейся экономической среды.

29. Пути совершенствования стратегического управления в России	Пути совершенствования стратегического управления 1. Повышение качества стратегического планирования Разработка новых методик: Внедрение современных методов анализа и планирования, таких как сценарное моделирование позволит улучшить качество принимаемых решений. Обучение и развитие кадров: Необходимо повышать квалификацию менеджеров в области стратегического управления для адаптации к новым условиям. 2. Интеграция технологий Использование цифровых технологий: Внедрение информационных систем для сбора и анализа данных о рынке поможет более точно формировать стратегииб. Инновационные подходы: Применение концепций «глобального океана» и других современных моделей позволит находить новые ниши для бизнеса. 3. Устойчивое развитие Фокус на устойчивом развитии: Разработка стратегий, учитывающих экологические и социальные аспекты, будет способствовать повышению конкурентоспособности на международной арене. Адаптация к национальным целям: Стратегии должны быть согласованы с национальными проектами и целями развития страны, что обеспечит их актуальность и эффективность
30. Маркетинговые исследования как основа для принятия стратегических решений	Маркетинговые исследования являются неотъемлемой частью стратегического управления, обеспечивая компании необходимыми данными для принятия обоснованных решений. Их правильное применение помогает организациям адаптироваться к изменениям на рынке, оптимизировать ресурсы и достигать конкурентных преимуществ. В условиях динамичного рынка важно использовать современные инструменты и методы для повышения эффективности маркетинговых исследований. С развитием технологий изменяются подходы к проведению маркетинговых исследований: Использование больших данных: Компании все чаще используют аналитические инструменты для обработки больших объемов данных о потребителях. Внедрение программного обеспечения для автоматизации сбора и анализа данных повышает эффективность исследований.

Методика оценки сформированности компетенции

Оценка сформированности компетенции проводится по 100 – бальной системе.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания сформированности компетенции (части компетенции)
ИОПК-1.1. Диагностирует проблемную ситуацию, предлагает обоснованное управленческое решение на основе	выполнение 70% и более оценочных средств по определению уровня

современной экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления ИОПК-1.2. Выбирает оптимальные методы решения профессиональных задач на основе критического анализа практик управления ИОПК-1.3. Разрабатывает предложения по повышению эффективности профессиональной деятельности на основе инновационных подходов, используя знания экономической, организационной и управленческой теории	достижения результатов обучения по дисциплине
--	--