

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 16.06.2026 09:00:51
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине
Название дисциплины «Современный стратегический анализ», 2 семестр

Код, направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Менеджмент организации
Форма обучения	Очная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	Менеджмента и бизнеса

Примерные темы для контрольной работы:

1. Объекты, уровни и методы стратегического анализа.
2. Оценка нестабильности внешней среды с помощью современных методов анализа.
3. Особенности и организация процесса (этапы) стратегического анализа.
4. Исследование и классификация методов современного стратегического анализа.
5. Стратегический анализ внешней среды фирмы.
6. Стратегический анализ внутренней среды фирмы.
7. Стратегический анализ издержек и цепочка ценностей.
8. Анализ конкурентного преимущества фирмы.
9. Прогнозирование внешней среды фирмы.
10. Анализ и прогнозирование общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней.
11. Анализ факторов, формирующих стратегию.
12. Сравнительный анализ разных стратегий фирмы.
13. Анализ стратегий на разных этапах жизненного цикла отрасли.
14. Стратегический анализ диверсифицированных компаний.
15. Оценка диверсифицированного портфеля с использованием матричного анализа.
16. Информационные технологии для современного стратегического анализа
17. Основные компетенции специалиста для проведения современного стратегического анализа
18. Основные компетенции руководителя для оценки современного стратегического анализа.
19. *SWOT*-анализ как инструмент обобщения результатов стратегического анализа и формирования поля стратегических проблем организации
20. Базисные требования к кадровой политике организации при разработке и реализации стратегии
21. Виды и характеристика функциональных стратегий

22. Виды стратегий: наступательная, оборонительная, отступления
23. Выбор стратегического подхода на международных рынках
24. Дифференциация как тип конкурентного преимущества
25. Методы определения стратегических позиций организации
26. Научные подходы к разработке стратегических решений
27. Основные положения концепции стратегического «встраивания» в интересы партнеров
28. Синергизм и синергетический эффект, значение при формировании портфеля бизнес-подразделений
29. Сравнение основных характеристик конкурентов. Карта стратегических групп конкурентов
30. Характеристика компетенции как фактора разработки и реализации стратегии

Типовые вопросы к экзамену:

1. Требования, предъявляемые к стратегическому анализу
2. Объекты стратегического анализа
3. Сущность и использование системного подхода в современном стратегическом анализе
4. Сущность и использование ситуационного подхода в современном стратегическом анализе
5. Особенности и основные направления отраслевого анализа
6. Современные методы анализа факторов внешней среды
7. Анализ неопределенности организационной среды
8. Методика оценки движущих сил конкуренции
9. Методика оценки ключевых факторов успеха
10. Цели, задачи и особенности современного стратегического анализа внутренней среды
11. Анализ конкурентной позиции организации
12. Анализ сбалансированности товарного портфеля
13. Анализ эффективности организации бизнес-процессов
14. Оценка действующей стратегии организации: критерии и подходы
15. Организация обеспечения процесса стратегического анализа в российских организациях.
16. Оценка эффективности работ по проведению стратегического анализа.
17. Оценка привлекательности стратегической зоны хозяйствования.
18. Оценка изменений в прогнозируемом росте стратегических зон хозяйствования.
19. Оценка потенциала фирмы при определении конкурентного статуса.
20. Оценка уровня стратегических капвложений.
21. Определение будущей эффективности действующей стратегии.
22. Оценка конкурентного статуса фирмы.
23. Основные этапы стратегического планирования.
24. Подходы к классификации стратегий.
25. Внешняя среда, ее структура и свойства.
26. Источники и методы сбора информации о внешней среде организации.

31. Методы анализа макросреды: *PEST*-анализ.
32. Методы анализа макросреды: матрица возможностей и угроз.
33. Методы анализа микроокружения: модель 5 сил М. Портера.
34. Критерии оценки и методы анализа потребителей.
35. Критерии оценки и методы анализа поставщиков.
36. Критерии оценки и методы анализа конкурентов.
37. Методы анализа внутренней среды: *SNW*-анализ стратегического потенциала.
38. Контрольная карта сильных и слабых сторон производственного потенциала.
39. Контрольная карта сильных и слабых сторон кадрового потенциала.
40. Контрольная карта сильных и слабых сторон финансового потенциала.
41. Контрольная карта сильных и слабых сторон маркетингового потенциала.
42. Контрольная карта сильных и слабых сторон управленческого потенциала.
43. Методы анализа внутренней среды: многофакторная диагностическая модель.
44. Методы комплексного анализа среды: *SWOT*- анализ.
45. Методы комплексного анализа среды: матрица взаимовлияний.
46. Методы конкурентного анализа: построение карты стратегических групп.
47. Методы конкурентного анализа: оценка конкурентной силы.
48. Определение набора стратегий в конкурентной борьбе.
49. Портфельный анализ: понятие, задачи, достоинства и недостатки.
50. Основные этапы портфельного анализа.
51. Модели конкурентного позиционирования: матрица БКГ.
52. Модели конкурентного позиционирования: матрица Дженерал Электрик – *McKinsey*.
53. Модели конкурентного позиционирования: матрица И. Ансоффа.
54. Интерпретация результатов стратегического анализа.