

**Оценочные средства для проведения аттестации
по дисциплине «Актуальные проблемы современного менеджмента и маркетинга»
для обучающихся 2026 года поступления
по образовательной программе
38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг в здравоохранении
(магистратура),
форма обучения заочная
на 2026-2027 учебный год**

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля на занятиях (ТК), оценки самостоятельной работы обучающихся (СР), проведения промежуточной аттестации (ПА), позволяющие проверить сформированность у обучающихся предусмотренных программой дисциплины знаний (з) / умений (у) / навыков (н) (ЗУН):

УК-1.1.1. Знает основные принципы критического анализа проблемных ситуаций

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1.1. Знает основные принципы критического анализа проблемных ситуаций	з-1. Знает основные актуальные проблемы современного менеджмента и маркетинга

№	Раздел(ы), подразделы(ы) дисциплины (модули, модульные единицы), формирующий(е) данный ЗУН	Тип задания	Содержание задания	Правильный ответ	Для какого вида контроля предназначен		
					ТК	СР	ПА
1.	Модуль 1. Специфика актуальных проблем современного менеджмента. Модульная единица 1.	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Какие термины характеризуют уровни	1) стратегический уровень 2) операционный уровень	да	да	нет

	Понятийное поле теории менеджмента. Модульная единица 2. Современные теории менеджмента. Новая парадигма управления. Модульная единица 3. Типология организаций в соответствии со спиральной динамикой. Задачи менеджмента XXI века.		управления в организации? 1) стратегический уровень 2) операционный уровень 3) тактический уровень 4) финансовый уровень 5) технологический уровень 6) аналитический уровень	3) тактический уровень			
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Инновации какого типа связаны с разработкой новых организационных форм управления и базируются на трансформации традиционного управленческого мышления?	управленческие	да	нет	да

УК-1.2.1. Умеет собирать и обобщать данные по актуальным проблемам, относящимся к профессиональной области

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2.1. Умеет собирать и обобщать данные по актуальным проблемам, относящимся к профессиональной области	у-1. Умеет собирать и обобщать данные по актуальным проблемам современного менеджмента и маркетинга

№	Раздел(ы), подразделы(ы)	Тип задания	Содержание задания	Правильный ответ	Для какого вида контроля
---	--------------------------	-------------	--------------------	------------------	--------------------------

	дисциплины (модули, модульные единицы), формирующий(е) данный ЗУН				предназначен		
					ТК	СР	ПА
2.	Модуль 1. Специфика актуальных проблем современного менеджмента. Модульная единица 4. Менеджмент по Адизесу: типология лидерства. Модуль 2. Актуальные проблемы современного маркетинга. Модульная единица 5. Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики Модульная единица 6. Тренды интернет-маркетинга Модульная единица 7. Инновационные технологии современного маркетинга Модульная единица 8. Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики	1. Установите последовательность	Установите последовательность ключевых ролей в модели РАЕІ по Адизесу (согласно буквенному коду). Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) Предприниматель (Entrepreneur) 2) Интегратор (Integrator) 3) Производитель (Producer) 4) Администратор (Administrator)	3) Производитель (Producer) 4) Администратор (Administrator) 1) Предприниматель (Entrepreneur) 2) Интегратор (Integrator)	да	да	нет
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Изменение предпочтений какой группы лиц, обусловленное развитием цифровых технологий, выступает одной из актуальных проблем современного менеджмента?	потребитель	да	нет	да

УК-1.3.1. Владеет навыком формирования оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.3.1. Владеет навыком формирования оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) формирования оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций современного менеджмента и маркетинга

№	Раздел(ы), подразделы(ы) дисциплины (модули, модульные единицы), формирующий(е) данный ЗУН	Тип задания	Содержание задания	Правильный ответ	Для какого вида контроля предназначен		
					ТК	СР	ПА
3.	Модуль 1. Специфика актуальных проблем современного менеджмента. Модульная единица 4. Менеджмент по Адизесу: типология лидерства. Модуль 2. Актуальные проблемы современного маркетинга. Модульная единица 5. Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики Модульная единица 6. Тренды интернет-маркетинга Модульная единица 7. Инновационные технологии современного маркетинга Модульная единица 8. Тренды	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Какие факторы усложняют работу маркетологов с целевой аудиторией в цифровую эпоху? 1) аудитория рассредоточена по множеству каналов 2) потребители хотят более персонализированных предложений 3) информация (в т. ч. негативная) распространяется очень быстро	1) аудитория рассредоточена по множеству каналов 2) потребители хотят более персонализированных предложений 3) информация (в т. ч. негативная) распространяется очень быстро	да	да	нет

	интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики		4) стоимость интернет-рекламы снижается 5) данных о потребителях становится меньше 6) люди меньше времени проводят в соцсетях				
		2. Ситуационные задачи/кейсы	Клиника расположена в областном центре. К ней прикреплены пациенты проживающие в радиусе 100–150 км. Многие жители отдалённых населённых пунктов сталкиваются с различными трудностями при посещении клиники. Из-за этих барьеров часть пациентов: откладывает визиты к врачу до критического состояния; ищет консультации онлайн на сомнительных ресурсах; полностью отказывается от плановых осмотров и профилактики. Руководство клиники поставило задачу повысить доступность медицинских консультаций для	телемедицина	да	нет	да

			пациентов из отдалённых регионов, не увеличивая при этом число очных приёмов и не открывая новых филиалов. Предложите тренд интернет - маркетинга, который оптимально решит поставленную задачу.				
--	--	--	--	--	--	--	--

ОПК-1.1.1. Знает основы знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
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	ОПК-1.1.1. Знает основы знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	3-1. Знает комплексные организационные проблемы современного менеджмента и маркетинга и экономические, организационные и управленческие инструменты их разрешения

№	Раздел(ы), подразделы(ы) дисциплины (модули, модульные единицы), формирующий(е) данный ЗУН	Тип задания	Содержание задания	Правильный ответ	Для какого вида контроля предназначен		
					ТК	СР	ПА
4.	Модуль 1. Специфика актуальных проблем современного менеджмента. Модульная единица 3.	1. Установите соответствие	Установите соответствие между проблемами современного	сложность удержания талантливых сотрудников - высокие зарплаты и	да	да	нет

	Типология организаций в соответствии со спиральной динамикой. Задачи менеджмента XXI века. Модульная единица 4. Менеджмент по Адизесу: типология лидерства. Модуль 2. Актуальные проблемы современного маркетинга. Модульная единица 5. Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики Модульная единица 6. Тренды интернет-маркетинга Модульная единица 7. Инновационные технологии современного маркетинга Модульная единица 8. Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики		менеджмента и способами их решения. Проблемы: 1. сложность удержания талантливых сотрудников 2. потребность в ускоренном обучении персонала 3. текучесть кадров Пути решения: А. предоставление удалённой работы и гибких графиков Б. программы наставничества и менторства В. высокие зарплаты и карьерные перспективы	карьерные перспективы потребность в ускоренном обучении персонала - программы наставничества и менторства текучесть кадров - предоставление удалённой работы и гибких графиков			
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Как именуется подход, при котором компания использует данные о клиенте для создания персонализированного предложения?	персонализация	да	нет	да

ОПК-5.1.1. Знает основы обобщения и критического оценивания научных исследований в менеджменте и смежных областях, выполнения научно-исследовательских проектов

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-5. Способен обобщать и	ОПК-5.1.1. Знает основы обобщения и	3-1. Знает методы интерпретации проблем

критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	критического оценивания научных исследований в менеджменте и смежных областях, выполнения научно-исследовательских проектов	менеджмента и маркетинга для получения научно обоснованных и достоверных выводов
--	---	--

№	Раздел(ы), подразделы(ы) дисциплины (модули, модульные единицы), формирующий(е) данный ЗУН	Тип задания	Содержание задания	Правильный ответ	Для какого вида контроля предназначен		
					ТК	СР	ПА
5.	Модуль 1. Специфика актуальных проблем современного менеджмента. Модульная единица 2. Современные теории менеджмента. Новая парадигма управления. Модульная единица 3. Типология организаций в соответствии со спиральной динамикой. Задачи менеджмента XXI века. Модульная единица 4. Менеджмент по Адизесу: типология лидерства.	1. Установите соответствие	Установите соответствие управленческой проблемы с инструментом анализа, который поможет её решить. Управленческая проблема: 1. высокая текучесть кадров 2. снижение доли рынка 3. низкая эффективность отдела продаж Инструмент анализа: А. анализ воронки продаж Б. HR аналитика и опросы сотрудников В. бенчмаркинг конкурентов и анализ	высокая текучесть кадров - HR аналитика и опросы сотрудников снижение доли рынка низкая - бенчмаркинг конкурентов и анализ КРІ эффективность отдела продаж - анализ воронки продаж	да	да	нет

			KPI				
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Как именуется метод маркетингового исследования, при котором изучается поведение потребителей в естественных условиях без вмешательства исследователя?	наблюдение	да	нет	да

2. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Структура системы управления современной организацией и её подсистемы
2. Современные модели менеджмента организации
3. Инновационный потенциал и параметры оценки инновационной активности организации
4. Система стратегического управления в экономике
5. Сущность и содержание Форсайта
6. Реализация стратегических планов в России и за рубежом
7. Методология сбалансированной системы показателей Р. Каплана и Д. Нортон
8. Направления и перспективы развития стратегического партнерства
9. Страновые модели корпоративного управления
10. Проблемы реализации механизма корпоративного управления в России
11. Рыночная модель корпоративного управления и модель контроля
12. Функции HR-службы в организации
13. Анализ рынка труда и управление занятостью в организации
14. Планирование карьеры сотрудников. Отбор и адаптация персонала
15. Социальная политика в организации
16. Профилактика и элиминирование конфликтов в организации
17. Сущность матричной департаментализации
18. Концепция предметной унификации
19. Концепция унификации бизнес-процессов
20. Содержание, формы, составляющие реинжиниринга
21. Мультипроектное управление в инжиниринге
22. Понятие и показатели бизнес-процесса

23. Контроллинг как современная концепция управления и инструменты его реализации
24. Концепция мотивации в матричных группах матричной организации
25. Концепция обучения и самообучения управляющих систем предприятий
26. Инжиниринг в инновационном менеджменте
27. Сравнение ключевых компонентов корпоративной, деловой и маркетинговой стратегий
28. Понятие стратегического маркетингового планирования
29. Организация стратегического маркетинга
30. Стратегический маркетинговый контроль. Особенности использования метода GAP-анализа в стратегическом маркетинговом контроле
31. Прогнозирование рыночного спроса. Методы прогнозирования: качественные и количественные
32. Анализ маркетинговых возможностей. Внешний маркетинговый аудит
33. Показатели оценки микроокружения. Внутренний аудит маркетинга
34. Суть анализа сильных и слабых сторон, метод SNW
35. Проблемы выбора целевых рынков
36. Модели сегментирования рынка
37. Стратегии охвата рынка. Недифференцированный, дифференцированный, целевой маркетинг
38. Значение концепции позиционирования в разработке эффективных маркетинговых стратегий
39. Направления и уровни позиционирования
40. Правила построения и использования карт позиционирования. Ошибки позиционирования
41. Использование методов маркетинговых исследований в целях позиционирования
42. Необходимая информация для оценки конкурентной позиции организации. Этапы разработки конкурентных стратегий
43. Понятие бенчмаркинга, его роль в оценке конкурентных позиций предприятия и разработке конкурентных стратегий
44. Подходы к классификации конкурентных стратегий
45. Понятие и виды конкурентных преимуществ
46. Значение брендинга в стратегическом развитии организации
47. Стратегические решения в ценовой политике
48. Стратегические решения в политике распределения
49. Стратегические решения в коммуникационной политике
50. Характеристика типовых разделов стратегического плана маркетинга
51. Формулировка целей организации; аудит маркетинга
52. Формулировка общих стратегий развития организации; разработка конкурентной и маркетинговых стратегий
53. Сегментация; выбор концепции позиционирования
54. Разработка детальных маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга
55. Оценка ожидаемых результатов; подготовка альтернативных планов и составление бюджетов

3. Пример билета для промежуточной аттестации:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Дисциплина: Актуальные проблемы современного менеджмента и маркетинга

Магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг в здравоохранении

Учебный год: 2026-2027

Билет № 1

Вопрос:

Структура системы управления современной организацией и её подсистемы

Ситуационная задача

Клиника расположена в областном центре. К ней прикреплены пациенты проживающие в радиусе 100–150 км. Многие жители отдалённых населённых пунктов сталкиваются с различными трудностями при посещении клиники. Из-за этих барьеров часть пациентов: откладывает визиты к врачу до критического состояния; ищет консультации онлайн на сомнительных ресурсах; полностью отказывается от плановых осмотров и профилактики. Руководство клиники поставило задачу повысить доступность медицинских консультаций для пациентов из отдалённых регионов, не увеличивая при этом число очных приёмов и не открывая новых филиалов. Предложите тренд интернет -маркетинга, который оптимально решит поставленную задачу.

Заведующий кафедрой

С.Ю. Соболева

В полном объеме фонд оценочных средств по дисциплине доступен в ЭИОС ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России.

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента им. Н.П. Григоренко, протокол от «02»июня 2026 г. № 11.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева