

**Оценочные средства для проведения аттестации
по дисциплине «Основы маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля»
для обучающихся 2026 года поступления
по образовательной программе
12.04.04 Биотехнические системы и технологии,
направленность (профиль) Биомедицинская инженерия,
(магистратура),
форма обучения очная
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-3.1.1. Знает принципы подбора эффективной команды и основные условия эффективной командной работы

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Знает: УК-3.1.1. Знает принципы подбора эффективной команды и основные условия эффективной командной работы	з-1. Знает основы организации и руководства работой команды, принципы и методы выработки командной стратегии для достижения поставленной цели на предприятиях медико-технического профиля

№	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. Основы маркетинга Модульная единица 1. Основы маркетинга.	1. Выбор нескольких правильных	Выберите три верных ответа из шести. Какие факторы способствуют	1) единая, чётко сформулированная цель проекта,	да	да	нет

	Маркетинг как экономическая категория. Модульная единица 2. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Модуль 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение в менеджмент организации. Сущность, цели и задачи менеджмента. Модульная единица 4. Организация как объект управления.	ответов	эффективной работе команды проекта по выводу на рынок новой модели медицинского изделия на предприятии медико-технического профиля? 1) единая, чётко сформулированная цель проекта, понятная всем членам команды; 2) открытая коммуникация и регулярное обсуждение хода работ и возникающих проблем; 3) распределение ролей и зон ответственности с учётом компетенций специалистов (маркетолог, инженер, экономист и др.); 4) жёсткая иерархия с запретом на обсуждение решений руководителя; 5) отсутствие формализованных правил взаимодействия, чтобы «не мешать творчеству»; 6) игнорирование обратной связи от	понятная всем членам команды; 2) открытая коммуникация и регулярное обсуждение хода работ и возникающих проблем; 3) распределение ролей и зон ответственности с учётом компетенций специалистов (маркетолог, инженер, экономист и др.)			
--	---	----------------	---	---	--	--	--

			членов команды ради экономии времени.				
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Как называется вид профессиональной деятельности в организации, связанный с постановкой целей, планированием, организацией, мотивацией и контролем работы сотрудников для достижения результатов предприятия медико-технического профиля?	менеджмент	да	нет	да

УК-3.2.1. Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2 Умеет: УК-3.2.1. Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели	у-1. Умеет эффективно использовать на практике способы организации и руководства командой, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели в сфере медико-технического производства

№	Раздел(ы), подразделы(ы) дисциплины (модули, модульные единицы), формирующий(е) данный	Тип задания	Содержание задания	Правильный ответ	Для какого вида контроля предназначен		
					ТК	СР	ПА

	ЗУН						
1	Модуль 1. Основы маркетинга Модульная единица 1. Основы маркетинга. Маркетинг как экономическая категория. Модульная единица 2. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Модуль 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение в менеджмент организации. Сущность, цели и задачи менеджмента.	1. Установите соответствие	Установите соответствие между характеристиками предприятия медико-технического профиля и элементами SWOT-анализа Характеристики: 1. усиление ценовой конкуренции со стороны зарубежных производителей 2. высокая квалификация команды разработчиков медицинских изделий 3. устаревшее производственное оборудование 4. рост спроса на высокотехнологичные медицинские изделия Элементы SWOT-анализа: А. сильные стороны Б. слабые стороны В. возможности Г. угрозы	сильные стороны - высокая квалификация команды разработчиков медицинских изделий слабые стороны - устаревшее производственное оборудование возможности - рост спроса на высокотехнологичные медицинские изделия угрозы - усиление ценовой конкуренции со стороны зарубежных производителей	да	да	нет
		2. Вопросы с развёрнутым	Как называется совокупность желаемых	маркетинговые цели	да	нет	да

		ответом	результатов, которых предприятие медико-технического профиля стремится достичь на целевых рынках с помощью маркетинга (например, увеличение доли рынка, рост узнаваемости бренда, формирование лояльности клиентов)?				
--	--	----------------	--	--	--	--	--

УК-3.3.1. Владеет навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.3 Владеет: УК-3.3.1. Владеет навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) разрешения конфликтных ситуаций в команде при реализации маркетинговых и управленческих решений на предприятиях медико-технического профиля

№	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 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 4. Организация как объект	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Какие элементы являются ключевыми	1) миссия организации 3) стратегические цели развития	да	да	нет

	управления.		составляющими стратегического менеджмента организации? 1) миссия организации 2) текущий график отпусков сотрудников 3) стратегические цели развития организации 4) оперативные инструкции по работе на рабочем месте 5) корпоративная, деловая и функциональная стратегии 6) ежедневный план совещаний руководителя	организации 5) корпоративная, деловая и функциональная стратегии			
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Утверждение, раскрывающее предназначение или основную причину возникновения и существования именно данной компании, называется	миссия	да	нет	да

УК-4.1.1. Знает принципы коммуникации в профессиональной этике, в том числе на иностранном языке

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
--------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Знает: УК-4.1.1. Знает принципы коммуникации в профессиональной этике, в том числе на иностранном языке	3-1. Знает принципы профессиональной коммуникации при реализации маркетинговых стратегий и управленческих решений в медико-технической сфере
--	--	--

№	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. Основы маркетинга Модульная единица 1. Основы маркетинга. Маркетинг как экономическая категория. Модульная единица 2. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Модуль 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение в менеджмент организации. Сущность, цели и задачи менеджмента. Модульная единица 4. Организация как объект управления.	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Спрос на платную медицинскую услугу как категорию маркетинга – это: 1) количество оказанных платных медицинских услуг за год 2) любая потребность в медицинской услуге 3) потребность в медицинской услуге, подкреплённая платежеспособностью пациента 4) готовность и возможность пациентов оплачивать конкретную медицинскую услугу по	3) потребность в медицинской услуге, подкреплённая платежеспособностью пациента 4) готовность и возможность пациентов оплачивать конкретную медицинскую услугу по определённой цене 6) совокупный объём платных медицинских услуг, которые пациенты желают и могут приобрести в единицу времени	да	да	нет

			определённой цене 5) цена на конкретную медицинскую услугу 6) совокупный объём платных медицинских услуг, которые пациенты желают и могут приобрести в единицу времени				
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Комплекс маркетинга, или маркетинг-микс - это набор инструментов, используемых для продвижения товара или услуги. Он включает в себя 4 “Р”: продукт, цена, место и... Завершите данный перечень	продвижение	да	нет	да

УК-4.2.1. Умеет создавать, в том числе на иностранном языке, письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Умеет: УК-4.2.1. Умеет создавать, в том числе на иностранном языке, письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам	у-1. Умеет составлять маркетинговые планы и управленческую документацию для предприятий медико-технического профиля

№	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
1	Модуль 1. Основы маркетинга Модульная единица 1. Основы маркетинга. Маркетинг как экономическая категория. Модульная единица 2. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования.	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Комплекс маркетинг-микс медицинской организации включает: 1) медицинскую услугу как продукт 2) финансы организации 3) цену на медицинскую услугу 4) систему продвижения медицинской услуги 5) процесс оказания медицинской услуги 6) бухгалтерский учет затрат	1) медицинскую услугу как продукт 3) цену на медицинскую услугу 4) систему продвижения медицинской услуги	да	да	нет
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Как в маркетинге называется среда, включающая совокупность всех внутренних и внешних факторов, которые влияют на маркетинговую деятельность компании и ее успех	маркетинговая	да	нет	да

УК-4.3.1. Владеет навыком эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном языке

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.3 Владеет: УК-4.3.1. Владеет навыком эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном языке	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) ведения профессиональных дискуссий по вопросам маркетинга и менеджмента на предприятиях медико-технического профиля

№	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 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 4. Организация как объект управления.	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Какие этапы входят в процесс стратегического управления организацией? 1) стратегический анализ внешней и внутренней среды 2) стратегический выбор направления развития и вариантов стратегии 3) проведение разовой рекламной акции 4) реализация выбранной стратегии	1) стратегический анализ внешней и внутренней среды 2) стратегический выбор направления развития и вариантов стратегии 4) реализация выбранной стратегии	да	да	нет

			5) оформление отпусков и командировок персонала 6) оценка результатов реализации стратегии и её корректировка				
		2. Ситуационные задачи/кейсы	Как одним термином называется процесс систематической оценки хода реализации стратегии и степени достижения стратегических целей с последующей корректировкой стратегии или целей организации?	стратегический контроль	да	нет	да

УК-5.1.1. Знает психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Знает: УК-5.1.1. Знает психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач	3-1. Знает психологические основы социального взаимодействия при реализации маркетинговых и управленческих функций в мультикультурной среде

№	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. Основы маркетинга Модульная единица 1. Основы	1. Установите последовательность	Установите последовательность	2) нужда 4) потребность	да	да	нет

	маркетинга. Маркетинг как экономическая категория. Модульная единица 2. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Модуль 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение в менеджмент организации. Сущность, цели и задачи менеджмента.	ность	основных категорий в логической схеме маркетинга. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) обмен 2) нужда 3) сделка 4) потребность 5) товар 6) рынок	5) товар 1) обмен 3) сделка 6) рынок			
	Модульная единица 4. Организация как объект управления.	2. Ситуационные задачи/кейсы	Вы – директор медицинской организации. Раньше вы занимались в основном текущими вопросами: расписанием, загрузкой врачей, выполнением месячного плана. Теперь собственник требует, чтобы вы спланировали развитие организации на 5–7 лет вперёд с учётом изменений во внешней среде, конкуренции и потребностей пациентов. Как называется такой долгосрочный направляющий ориентир развития организации? (укажите одним словом)	стратегия	да	нет	да

УК-5.2.1. Умеет адекватно объяснять особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знания причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2 Умеет: УК-5.2.1. Умеет адекватно объяснять особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знания причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей	у-1. Умеет учитывать культурные особенности потребителей и сотрудников при разработке маркетинговых стратегий и управленческих решений

№	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. Основы маркетинга Модульная единица 1. Основы маркетинга. Маркетинг как экономическая категория. Модуль 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение в менеджмент организации. Сущность, цели и задачи менеджмента.	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Какие факторы необходимо учитывать маркетологу предприятия медико-технического профиля при адаптации рекламной кампании медицинского изделия для потребителей из разных культурных групп? 1) особенности языка и допустимой терминологии	1) особенности языка и допустимой терминологии в коммуникации с пациентами и специалистами; 2) религиозные и культурные запреты, связанные с демонстрацией человеческого тела, процедур и медицинской техники; 5) предпочтительные	да	да	нет

			в коммуникации с пациентами и специалистами; 2) религиозные и культурные запреты, связанные с демонстрацией человеческого тела, процедур и медицинской техники; 3) национальные праздники, традиции и ценности, которые можно использовать в позиционировании продукта; 4) только уровень дохода и ценовую чувствительность потребителей, игнорируя культурный контекст; 5) предпочтительные каналы получения информации (онлайн-платформы, профессиональные конференции, печатные медиа); 6) исключительно внутренние регламенты предприятия, не учитывая ожидания целевой аудитории	каналы получения информации (онлайн-платформы, профессиональные конференции, печатные медиа)			
		2. Вопросы с	Как называется система	организационная	да	нет	да

		развёрнутым ответом	взаимосвязанных подразделений и должностей в организации, которая определяет распределение задач, полномочий и ответственности между сотрудниками, а также иерархию подчинения и каналы передачи управленческих решений на предприятии медико-технического профиля?	структура			
--	--	--------------------------------	---	-----------	--	--	--

УК-5.3.1. Владеет навыками преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3 Владеет: УК-5.3.1. Владеет навыками преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) преодоления межкультурных барьеров при организации маркетинговой и управленческой деятельности на предприятиях медико-технического профиля

№	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 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 4.	1. Установите последовательность	Установите последовательность основных этапов	3) планирование (определение целей предприятия и путей их	да	да	нет

	Организация как объект управления.		управленческого цикла в организации как объекте управления на предприятии медико-технического профиля. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) организация исполнения (распределение задач, формирование структуры и регламентов работы) 2) контроль результатов и сопоставление их с намеченными показателями 3) планирование (определение целей предприятия и путей их достижения) 4) принятие управленческих решений и доведение их до исполнителей 5) корректировка планов и организационных решений по результатам контроля	достижения) 4) принятие управленческих решений и доведение их до исполнителей 1) организация исполнения (распределение задач, формирование структуры и регламентов работы) 2) контроль результатов и сопоставление их с намеченными показателями 5) корректировка планов и организационных решений по результатам контроля			
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Как называется функция управления, с помощью которой руководитель предприятия медико-технического	мотивация	да	нет	да

			профиля побуждает сотрудников активно и качественно выполнять свои обязанности, используя систему материальных и нематериальных стимулов (оплата труда, премии, признание, возможности развития)?				
--	--	--	---	--	--	--	--

ОПК-1.1.1. Знает экономические, экологические, интеллектуально правовые, социальные и другие ограничения на всех этапах жизненного цикла технических объектов и процессов, современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен представлять современную научную картину мира, выявлять естественнонаучную сущность проблемы, формулировать задачи, определять пути их решения и оценивать эффективность выбора и методов правовой защиты результатов интеллектуальной деятельности с учетом исследований, разработки и проектирования биотехнических систем и технологий	ОПК-1.1 Знает: ОПК-1.1.1. Знает экономические, экологические, интеллектуально правовые, социальные и другие ограничения на всех этапах жизненного цикла технических объектов и процессов, современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности	з-1. Знает экономические, правовые и социальные ограничения на всех этапах жизненного цикла медико-технических изделий, а также современные информационные технологии и программные средства, применяемые в маркетинговой и управленческой деятельности предприятий медико-технического профиля

№	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. Основы маркетинга Модульная единица 1. Основы маркетинга. Маркетинг как экономическая категория. Модульная единица 2. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Модуль 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение в менеджмент организации. Сущность, цели и задачи менеджмента. Модульная единица 4. Организация как объект управления.	1. Выбор нескольких правильных ответов	Выберите три верных ответа из шести. Какие ограничения должен учитывать маркетолог предприятия медико-технического профиля при планировании рекламной кампании и сбыта медицинских изделий на разных этапах их жизненного цикла? 1) требования законодательства к рекламе медицинских товаров и услуг (запрет недостоверной и вводящей в заблуждение информации); 2) ограничения, связанные с безопасностью и эффективностью медицинских изделий, установленными технической и эксплуатационной документацией; 3) социальные последствия использования изделий (доступность для	1) требования законодательства к рекламе медицинских товаров и услуг (запрет недостоверной и вводящей в заблуждение информации); 2) ограничения, связанные с безопасностью и эффективностью медицинских изделий, установленными технической и эксплуатационной документацией; 5) необходимость утилизации изделий с истекшим сроком службы и соблюдения экологических требований	да	да	нет
---	---	--	---	---	----	----	-----

			различных групп населения, влияние на качество жизни пациентов); 4) только внутренние регламенты предприятия без учёта федеральных законов и стандартов; 5) необходимость утилизации изделий с истекшим сроком службы и соблюдения экологических требований; 6) возможность свободной рекламы любых методов лечения без лицензии и подтверждённой эффективности.				
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Как называются специализированные программные системы, которые предприятие медико-технического профиля использует для хранения и анализа информации о клиентах (мед.организациях, дистрибьюторах, врачах), учёта контактов и сделок, планирования работы	CRM-системы	да	нет	да

			отдела маркетинга и продаж и повышения качества взаимодействия с потребителями?				
--	--	--	---	--	--	--	--

ОПК-1.2.1. Умеет применять знания естественных наук в инженерной практике проектирования биотехнических систем и медицинских изделий, а также для решения задач цифровой экономики

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен представлять современную научную картину мира, выявлять естественнонаучную сущность проблемы, формулировать задачи, определять пути их решения и оценивать эффективность выбора и методов правовой защиты результатов интеллектуальной деятельности с учетом исследований, разработки и проектирования биотехнических систем и технологий	ОПК-1.2 Умеет: ОПК-1.2.1. Умеет применять знания естественных наук в инженерной практике проектирования биотехнических систем и медицинских изделий, а также для решения задач цифровой экономики	у-1. Умеет применять естественнонаучные знания при разработке маркетинговых стратегий и управленческих решений для предприятий медико-технического профиля

№	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. Основы маркетинга Модульная единица 2. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Модуль 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение	1. Установите последовательность	Установите последовательность этапов маркетингового анализа рынка медицинских услуг для разработки стратегии клиники. Запишите соответствующую	2) сбор и анализ информации о спросе, конкурентах и ценах 1) сегментация рынка и выделение целевых групп пациентов 3) определение целей маркетинговой	да	да	нет

	в менеджмент организации. Сущность, цели и задачи менеджмента.		последовательность цифр. 1) сегментация рынка и выделение целевых групп пациентов 2) сбор и анализ информации о спросе, конкурентах и ценах 3) определение целей маркетинговой деятельности медицинской организации 4) выбор маркетинговой стратегии для целевых сегментов 5) оценка результатов реализации выбранной стратегии	деятельности медицинской организации 4) выбор маркетинговой стратегии для целевых сегментов 5) оценка результатов реализации выбранной стратегии			
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Как называется функция управления, в рамках которой на предприятии медико-технического профиля сравнивают фактические результаты (объём продаж, выполнение плана маркетинговых мероприятий, качество обслуживания клиентов) с запланированными показателями и при необходимости принимают	контроль	да	нет	да

			корректирующие меры?				
--	--	--	----------------------	--	--	--	--

ПК-3.2.1. Умеет использовать заданные методы управления подчиненными в производственном и в учебном процессе с оценкой эффективности стратегий руководства подчиненными в производственном и в учебном процессе, организывает и контролирует работу подчиненных

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способность к функциональному руководству подчиненными в процессе производства и в процессе обучения	ПК-3.2 Умеет: ПК-3.2.1. Умеет использовать заданные методы управления подчиненными в производственном и в учебном процессе с оценкой эффективности стратегий руководства подчиненными в производственном и в учебном процессе, организывает и контролирует работу подчиненных	у-1. Умеет применять методы управления персоналом на предприятиях медико-технического профиля с учетом специфики отрасли

№	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 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 3. Введение в менеджмент организации. Модульная единица 4. Организация как объект управления.	1. Установите соответствие	Установите соответствие между показателями оценки эффективности управления организацией и их характеристиками на предприятии медико-технического профиля. Показатели оценки эффективности	производительность труда персонала - объем выпуска (или выручка) в расчёте на одного работника за определённый период рентабельность продаж - доля прибыли в выручке от реализации медицинских изделий,	да	да	нет

			управления: 1. производительность труда персонала 2. рентабельность продаж 3. текучесть кадров Характеристика показателей: А. доля прибыли в выручке от реализации медицинских изделий, показывающая эффективность использования ресурсов предприятия Б. объём выпуска (или выручка) в расчёте на одного работника за определённый период В. доля уволившихся сотрудников за период по отношению к среднесписочной численности персонала	показывающая эффективность использования ресурсов предприятия текучесть кадров - доля уволившихся сотрудников за период по отношению к среднесписочной численности персонала			
		2. Вопросы с развёрнутым ответом	Молодая компания или проект, находящийся на начальном этапе своего развития, характеризующийся высокими рисками, быстрым ростом и активным поиском	стартап	да	нет	да

			устойчивого и воспроизводимого бизнес-модели. Часто ассоциируется с инновационными технологиями и новаторским подходом к бизнесу. Какой тип компании соответствует данной характеристике?				
--	--	--	---	--	--	--	--

ПК-3.3.1. Владеет навыком применения основных функций менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль) в своей профессиональной деятельности или для решения задач профессиональной деятельности в производственном и в учебном процессе

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способность к функциональному руководству подчиненными в процессе производства и в процессе обучения	ПК-3.3 Владеет: ПК-3.3.1. Владеет навыком применения основных функций менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль) в своей профессиональной деятельности или для решения задач профессиональной деятельности в производственном и в учебном процессе	н-1. Имеет навык функционального руководства персоналом при реализации маркетинговых и управленческих задач на предприятиях медико-технического профиля

№	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 2. Основы менеджмента в организации Модульная единица 4.	1. Выбор нескольких правильных	Выберите три верных ответа из шести. Что важно для	1) прозрачность целей и метрик для всех участников;	да	да	нет

	Организация как объект управления.	ответов	эффективного взаимодействия в стартап-команде? 1) прозрачность целей и метрик для всех участников; 2) регулярные ретроспективы и обсуждение проблем; 3) культура быстрого принятия решений на основе данных; 4) жёсткая иерархия и многоступенчатые согласования; 5) отсутствие обратной связи между членами команды; 6) работа в изолированных подразделениях.	2) регулярные ретроспективы и обсуждение проблем; 3) культура быстрого принятия решений на основе данных;			
		2. Ситуационные задачи/кейсы	Команда из 6 специалистов (педиатр, IT-разработчик, маркетолог, UX-дизайнер, финансист, проект-менеджер) запустила стартап «Навигатор здоровья» — мобильное приложение для пенсионеров. Команда рассматривает 2 стратегии роста: выход в 5 новых регионов (включая	масштабирование	да	нет	да

			крупные города и сельские территории); расширение продуктовой линейки за счёт новых услуг. Как называется стратегия выхода на новые географические рынки или расширение продуктовой линейки?				
--	--	--	--	--	--	--	--

2. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Предпосылки и необходимость маркетинговой деятельности в современных условиях
2. Определения маркетинга и основные дефиниции.
3. Управление маркетингом как процесс. Основные концепции управления маркетингом
4. Понятие системы маркетинговой информации. Порядок сбора информации и ее виды
5. Маркетинговое исследование: понятие, виды, программа, методы
6. Сегментация потребительских рынков и рынков предприятий
7. Понятие товара и услуги, основные классификации и свойства.
8. Макро- и микросреда фирмы. Факторы внешней и внутренней среды предприятия
9. Характеристика покупателя. Модель потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке.
10. Общие подходы к проблеме ценообразования. Ценообразование на разных типах рынков.
11. Природа каналов распределения товаров. Горизонтальные и вертикальные маркетинговые системы и их виды.
12. Понятие эффективной коммуникации и ее основные элементы. Основные средства воздействия комплекса маркетинговых коммуникаций
13. Характеристика, виды и задачи рекламы. Основные этапы разработки рекламной программы.
14. Понятие стратегического планирования маркетинга, его виды и этапы. Характеристика стратегий роста фирмы.
15. Планирование маркетинга и его содержания. Разработка бюджета маркетинга, Характеристика маркетингового контроля.
16. Определение содержания понятий «менеджмент» и «управление». Функции, методы и принципы менеджмента
17. Характеристика организации как системы. Основы системного подхода при анализе деятельности фирмы.
18. Внутренняя и внешняя среда организации: характеристики, факторы, методы анализа.
19. Организационная структура управления, эволюция структур. Факторы проектирования организаций.
20. Лидерство в системе менеджмента. Основные теории лидерства. Требования к современному менеджеру.

21. Планирование как функция управления, понятие, принципы, методы и типы планирования.
22. Делегирование полномочий и распределение ответственности как функции управления
23. Социально-психологические функции управления. Мотивация и стимулирование.
24. Основные современные теории мотивации: содержательные и процессуальные теории мотивации
25. Сущность, виды и задачи контроля в организации.
26. Процесс контроля. Характеристики эффективного контроля
27. Понятие коммуникаций. Элементы, этапы, проблемы коммуникационного процесса в организации.
28. Требования к информации в процессе организационной коммуникации. Пути повышения эффективности коммуникаций
29. Организационная культура: содержание понятия, виды, теоретические подходы.
30. Организационная культура и этика делового общения в организации
31. Понятие и виды организационных конфликтов. Диагностика конфликтов
32. Предупреждение и разрешение конфликтов в организации. Роль руководителя в работе с конфликтами.

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