

2403_02 Международный менеджмент

1. Главная цель международного бизнеса:

- a)) извлечение прибыли
- b) деловое взаимодействие частных фирм, находящихся в разных странах
- c) извлечение выгод из преимуществ межстрановых деловых операций
- d) налаживание фирмой одной страны производства в другой
- e) предоставление услуг совместно фирмами двух стран – третьей

2. Международный бизнес это, в первую очередь:

- a)) деловое взаимодействие частных фирм, находящихся в разных странах
- b) извлечение прибыли
- c) извлечение выгод из преимуществ межстрановых деловых операций
- d) налаживание фирмой одной страны производства в другой
- e) предоставление услуг совместно фирмами двух стран – третьей

3. Международный бизнес базируется на:

- a)) извлечение выгод из преимуществ межстрановых деловых операций
- b) извлечение прибыли
- c) деловое взаимодействие частных фирм, находящихся в разных странах
- d) налаживание фирмой одной страны производства в другой
- e) предоставление услуг совместно фирмами двух стран – третьей

4. Основные элементы структуры Робинсона:

- a)) коммерческая эра, эра экспансии, эра концессий, эра национальных государств, эра глобализации

- b) коммерческая эра, эра экспансии, эра концессий
- c) торговая эра, эра экспансии, эра концессий, эра глобализации
- d) торговая эра, коммерческая эра, эра экспансии, эра концессий, эра глобализации
- e) торговая эра, эра экспансии, эра концессий, индустриальная эра, эра глобализации

5. Коммерческая эра охватывает период:

- a)) 1500-1850гг
- b) 1850-1914 гг
- c) 1914-1945 гг
- d) 1945-1970 гг
- e) начиная с 70-х гг. XX века

6. Эра экспансии охватывает период:

- a)) 1850-1914 гг
- b) 1500-1850гг
- c) 1914-1945 гг
- d) 1945-1970 гг
- e) начиная с 70-х гг. XX века

7. Эра концессий охватывает период:

- a)) 1914-1945 гг
- b) 1500-1850гг
- c) 1850-1914 гг
- d) 1945-1970 гг
- e) начиная с 70-х гг. XX века

8. Эра национальных государств охватывает период:

- a)) 1945-1970 гг
- b) 1500-1850гг
- c) 1850-1914 гг
- d) 1914-1945 гг
- e) начиная с 70-х гг. XX века

9. В чем различие национальной и муьтинациональной модели бизнеса?

- a)) необходимость учета культурной составляющей
- b) ступенчатость развития
- c) доступность и всеобщность
- d) эффективное использование международных рынков
- e) технологическая глобализация

10. Не относится к характерным чертам глобализации бизнеса:

- a)) расширение рынков сбыта
- b) ступенчатость развития
- c) доступность и всеобщность
- d) финансиризация
- e) технологическая глобализация

11. Не относится к задачам международного менеджмента:

- a)) использование более выгодных ресурсов внутри страны
- b) анализ и оценка культурного фона в каждой стране
- c) формирование и развитие муьтинационального коллектива фирмы
- d) развитие и эффективное использование возможностей международного бизнес-сервера
- e) анализ и оценка внешней среды международного бизнеса

12. Не является отличием международного бизнеса от внутреннего:

- a)) различия в технологиях

- b) в разных странах могут использоваться различные валюты
- c) расхождения между правовыми системами разных стран
- d) различия между культурами разных стран
- e) для каждой страны характерен определенный состав и объем доступных ресурсов

13. К формам международной предпринимательской деятельности не относится:

- a)) кредитование
- b) экспорт и импорт
- c) зарубежные инвестиции
- d) лицензирование
- e) фрайчайзинг

14. ----- предполагает заключение договора, в соответствии с которыми фирма, находящаяся в одной стране, выдает компании лицензию на использование своей интеллектуальной собственности в обмен на выплату роялти.

- a)) лицензирование
- b) экспорт и импорт
- c) зарубежные инвестиции
- d) управленческий контракт
- e) фрайчайзинг

15. Фирма находящаяся в одной стране, выдает компании из другой страны разрешение на использование своей технологии производства, бренда, горговой марки и логотипа в обмен на роялти это;

- a)) фрайчайзинг
- b) экспорт и импорт
- c) зарубежные инвестиции
- d) управленческий контракт

е) лицензирование

16. ----- это приобретение зарубежных финансовых активов, не ставящее целью осуществление контроля.

- a)) портфельные инвестиции
- b) прямые инвестиции
- c) экспорт и импорт
- d) лицензирование
- e) фрайчайзинг

17. ----- это вложение капитала с целью осуществления приобретения и реального контроля над объектами собственности, активами и целами компаниями в других странах.

- a)) прямые инвестиции
- b) портфельные инвестиции
- c) экспорт и импорт
- d) лицензирование
- e) фрайчайзинг

18. В число стратегических императив не входит:

- a)) лицензирование
- b) использование ключевой компетенции компании
- c) приобретение ресурсов
- d) поиск новых рынков
- e) учет политики конкурентов в отрасли

19. Какие страны входят в состав «тройки»:

- a)) Япония, страны Европейского Союза, США
- b) страны Европейского Союза, Япония, Канада

- c) Великобритания, Канада, США
- d) Япония, Великобритания, США
- e) Россия, Великобритания, США

20. Какие страны входят в состав «четверки»:

- a)) Япония, страны Европейского Союза, США, Канада
- b) Япония, США, Канада, Бразилия
- c) страны Европейского Союза, Япония, Канада, Великобритания
- d) Великобритания, Канада, США, страны Европейского Союза
- e) Япония, Великобритания, США, Канада

21. «Четыре тигра» это;

- a)) Южная Корея. Тайвань, Сингапур, Гонконг
- b) Южная Корея. Тайвань, Сингапур, Китай
- c) Южная Корея. Тайвань, Сингапур, Япония
- d) Южная Корея. Тайвань, Япония, Китай
- e) Япония, Южная Корея. Тайвань, Сингапур

22. Какой экономической политики придерживались правительства большинства стран Южной Америки в послевоенный период?

- a)) замещения импорта
- b) содействие экспорту
- c) свободной торговли
- d) приватизации
- e) тарифные ограничения

23. Основные особенности международного менеджмента заключены в сфере:

- a)) учета и использования в управлении мультинациональными коллективами культурной составляющей

- b) поиск и освоение новых рынков
- c) поиск и использование эффективных ресурсов
- d) роль и специфика внешней среды бизнеса
- e) правовых особенностях зарубежных стран

24. Базовым отличием международного бизнеса от национальной модели является:

- a)) специфика внешней среды бизнеса
- b) поиск и освоение новых рынков
- c) поиск и использование эффективных ресурсов
- d) роль и специфика внешней среды бизнеса
- e) правовых особенностях зарубежных стран

25. К основным элементам внешней среды международного бизнеса не относится

- a)) анализ технологической внешней среды
- b) анализ экономической внешней среды
- c) анализ политической внешней среды
- d) анализ правовой внешней среды
- e) анализ культурной внешней среды

26. К основным ролевым функциям международного менеджера не относится:

- a)) международный менеджер как предприниматель
- b) международный менеджер как культурный аналитик
- c) международный менеджер как общественный деятель
- d) международный менеджер как дипломат
- e) международный менеджер как стратегический мотиватор

27. Основная работа международного менеджера с внешней средой:

- a)) культурный анализ
- b) правовой анализ
- c) маркетинговый анализ
- d) экономический анализ
- e) все ответы верны

28. К основным данным экономического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) основные элементы валютного регулирования в стране
- b) регулирование экспортно-импортных операций
- c) элементы антимонопольного законодательства
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) регулирование создания и трансформации бизнеса

29. К основным данным правового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) регулирование экспортно-импортных операций
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) основные характеристики возможностей связи

30. К основным данным маркетингового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) регулирование экспортно-импортных операций
- e) основные характеристики возможностей связи

31. К основным данным экономического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) динамика показателей семейного и душевого дохода
- b) регулирование экспортно-импортных операций
- c) элементы антимонопольного законодательства
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) регулирование создания и трансформации бизнеса

32. К основным данным экономического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) место страны, занимаемое по показателем ВВП
- b) регулирование экспортно-импортных операций
- c) элементы антимонопольного законодательства
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) регулирование создания и трансформации бизнеса

33. К основным данным экономического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) принятые в стране формы оплаты труда
- b) регулирование экспортно-импортных операций
- c) элементы антимонопольного законодательства
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) регулирование создания и трансформации бизнеса

34. К основным данным экономического анализа внешней среды международного бизнеса относится

- a)) половозрастная структура населения в динамике
- b) регулирование экспортно-импортных операций
- c) элементы антимонопольного законодательства

- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) регулирование создания и трансформации бизнеса

35. К основным данным экономического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) общая оценка развитости и возможностей отраслей конкурентов
- b) регулирование экспортно-импортных операций
- c) элементы антимонопольного законодательства
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) регулирование создания и трансформации бизнеса

36. К основным данным экономического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) развитость научно-технической и консультационной деятельности
- b) регулирование экспортно-импортных операций
- c) элементы антимонопольного законодательства
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) регулирование создания и трансформации бизнеса

37. К основным данным правового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) защищенность собственности и прав личности
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) основные характеристики возможностей связи

38. К основным данным правового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) регулирование трудовых отношений
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) основные характеристики возможностей связи

39. К основным данным правового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) регулирование цен
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) основные характеристики возможностей связи

40. К основным данным правового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) регулирование создания и трансформации бизнеса
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) основные характеристики возможностей связи

41. К основным данным правового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) вопросы налогообложения фирм и частных лиц
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) основные возможности и проблемы продвижения товара на рынке
- e) основные характеристики возможностей связи

42. К основным данным маркетингового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) емкость рынка
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) регулирование экспортно-импортных операций
- e) основные характеристики возможностей связи

43. К основным данным маркетингового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) стратегии основных конкурентов
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) регулирование экспортно-импортных операций
- e) основные характеристики возможностей связи

44. К основным данным маркетингового анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) конкурентные преимущества товара или услуги
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) регулирование экспортно-импортных операций
- e) основные характеристики возможностей связи

45. К источникам международного частного права не относится:

- a)) культура
- b) международные договора
- c) внутреннее законодательство государства
- d) судебная и арбитражная практика
- e) обычаи

46. Международное публичное право регулирует отношения между:

- a)) государствами
- b) отдельными организациями
- c) гражданами
- d) фирмами
- e) общественными организациями

47. Вопросы правовых отношений между отдельными организациями или гражданами в международной жизни относятся к:

- a)) международному частному праву
- b) международному публичному праву
- c) все ответы верны
- d) гражданскому кодексу
- e) трудовому законодательству

48. К основным данным политического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) участие страны в международных экономических союзах
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов
- d) регулирование экспортно-импортных операций
- e) основные характеристики возможностей связи

49. К основным данным политического анализа внешней среды международного бизнеса относится:

- a)) межгосударственные соглашения
- b) основные элементы валютного регулирования в стране
- c) население страны в целом и регионов

- d) регулирование экспортно-импортных операций
- e) основные характеристики возможностей связи

50. Кто ввел понятие «культурные универсалии»:

- a)) Дж.П.Мэрдок
- b) Дж.Рокич
- c) Оллпорт
- d) Вернон
- e) Линдзи

51. Кто из авторов сформировал две группы ценностей: базовые и инструментальные элементы:

- a)) Дж.Рокич
- b) Дж.П.Мэрдок
- c) Оллпорт
- d) Вернон
- e) Линдзи

52. Роль культурного фактора представленная универсалистами:

- a)) значение культурного фактора преувеличено
- b) страны и нации различаются уровнем экономического развития
- c) изучение и практическое использование культурного фона повышает эффективность международного менеджмента
- d) нет необходимости в изучении культурного фактора
- e) не существует различий между странами и нациями

53. Роль культурного фактора согласно экономико-кластерному подходу:

- a)) страны и нации различаются уровнем экономического развития
- b) значение культурного фактора преувеличено

- с) изучение и практическое использование культурного фона повышает эффективность международного менеджмента
- д) нет необходимости в изучении культурного фактора
- е) не существует различий между странами и нациями

54. Роль культурного фактора согласно экономико-кластерному подходу:

- а)) страны и нации различаются уровнем экономического развития
- б) значение культурного фактора преувеличено
- с) изучение и практическое использование культурного фона повышает эффективность международного менеджмента
- д) нет необходимости в изучении культурного фактора
- е) не существует различий между странами и нациями

55. Полный запрет всех торговых операций с той или иной страной называется:

- а)) эмбарго
- б) ограничение экспорта
- с) экстерриториальность
- д) конфискация
- е) санкции

56. Регулирование деловых операций, которые осуществляются за их пределами:

- а)) экстерриториальность
- б) ограничение экспорта
- с) эмбарго
- д) конфискация
- е) санкции

57. Когда правительство страны, на территории которой действует компания, компенсирует владельцам их потери в связи с национализацией, такая передача прав собственности называется:

- a)) экспроприацией
- b) конфискацией
- c) приватизация
- d) санкция
- e) эмбарго

58. Когда правительство принимающей стороны не предоставляет никакой компенсации в связи с национализацией, такая передача прав собственности называется:

- a)) конфискацией
- b) экспроприацией
- c) приватизация
- d) санкция
- e) эмбарго

59. Процесс преобразования государственной собственности в частную называется:

- a)) приватизация
- b) экспроприацией
- c) конфискацией
- d) санкция
- e) эмбарго

60. Какое влияние на деятельность международной компании может оказать экспроприация собственности:

- a)) потеря будущих прибылей
- b) потеря имущества
- c) увеличение текущих расходов

- d) невозможность свободно переводить средства между странами
- e) уменьшение размера чистой прибыли

61. Какое влияние на деятельность международной компании может оказать конфискация собственности:

- a)) потеря имущества
- b) потеря будущих прибылей
- c) увеличение текущих расходов
- d) невозможность свободно переводить средства между странами
- e) уменьшение размера чистой прибыли

62. Какое влияние на деятельность международной компании может оказать инфляция:

- a)) увеличение текущих расходов
- b) потеря будущих прибылей
- c) потеря имущества
- d) невозможность свободно переводить средства между странами
- e) уменьшение размера чистой прибыли

63. Какое влияние на деятельность международной компании может оказать репатриация:

- a)) невозможность свободно переводить средства между странами
- b) потеря будущих прибылей
- c) потеря имущества
- d) увеличение текущих расходов
- e) уменьшение размера чистой прибыли

64. Какое влияние на деятельность международной компании может оказать повышение налогов:

- a)) уменьшение размера чистой прибыли

- b) потеря будущих прибылей
- c) потеря имущества
- d) увеличение текущих расходов
- e) невозможность свободно переводить средства между странами

65. Ценности и интересы материнской компании являются главными в стратегических решениях:

- a)) этноцентризм
- b) полицентризм
- c) региоцентризм
- d) геоцентризм
- e) экоцентризм

66. Стратегические решения изменяются в различных странах, в которых действует компания:

- a)) полицентризм
- b) этноцентризм
- c) региоцентризм
- d) геоцентризм
- e) экоцентризм

67. Объединение собственных интересов фирмы с интересами своих региональных отделений:

- a)) региоцентризм
- b) этноцентризм
- c) полицентризм
- d) геоцентризм
- e) экоцентризм

68. Интеграция решений в единую глобальную систему:

- a)) геоцентризм
- b) этноцентризм
- c) региоцентризм
- d) полицентризм
- e) экоцентризм

69. В соответствии с моделью, разработанной Говардом Перлмуттером фирмы, не имеющие международного опыта, используют:

- a)) этноцентризм
- b) полицентризм
- c) региоцентризм
- d) геоцентризм
- e) экоцентризм

70. Тиражирование одной и той же продукции в разных странах характерно для:

- a)) международная стратегия
- b) мультирыночная стратегия
- c) транснациональная стратегия
- d) глобальная стратегия
- e) портфельная стратегия

71. Концентрация производства в стране происхождения:

- a)) международная стратегия
- b) мультирыночная стратегия
- c) транснациональная стратегия
- d) глобальная стратегия
- e) портфельная стратегия

72. Индивидуализация продукции для разных рынков характерно для:

- a)) мультирыночная стратегия
- b) международная стратегия
- c) транснациональная стратегия
- d) глобальная стратегия
- e) портфельная стратегия

73. Размещение производства, маркетинга в различных странах характерно для:

- a)) мультирыночная стратегия
- b) международная стратегия
- c) транснациональная стратегия
- d) глобальная стратегия
- e) портфельная стратегия

74. Централизованное производство и маркетинг расположены в странах с наименьшими производственными затратами характерный признак для:

- a)) глобальная стратегия
- b) международная стратегия
- c) транснациональная стратегия
- d) мультирыночная стратегия
- e) портфельная стратегия

75. Одновременная экономия на масштабах и передаче знаний и продуктов между странами характерный признак для:

- a)) транснациональная стратегия
- b) международная стратегия
- c) глобальная стратегия
- d) мультирыночная стратегия

е) портфельная стратегия

76. Относительно низкие затраты на производство благодаря передаче основных умений и продуктов, которые используются в стране - положительная черта характерная для:

- a)) международная стратегия
- b) транснациональная стратегия
- c) глобальная стратегия
- d) мультирыночная стратегия
- e) портфельная стратегия

77. Выгоды от соответствующей локализации основных процессов - положительная черта характерная для:

- a)) глобальная стратегия
- b) транснациональная стратегия
- c) международная стратегия
- d) мультирыночная стратегия
- e) портфельная стратегия

78. Результаты от экономии на масштабах - положительная черта характерная для:

- a)) глобальная стратегия
- b) транснациональная стратегия
- c) международная стратегия
- d) мультирыночная стратегия
- e) портфельная стратегия

79. Выгоды от эффекта масштабов и адаптации к местным условиям - положительная черта характерная для:

- a)) транснациональная стратегия
- b) глобальная стратегия
- c) международная стратегия
- d) мультирыночная стратегия
- e) портфельная стратегия

80. Опасность отсутствия концентрации на расходах и местных рынках и принятия международной стратегии характерно для:

- a)) транснациональная стратегия
- b) глобальная стратегия
- c) международная стратегия
- d) мультирыночная стратегия
- e) портфельная стратегия

81. Ограниченная передача знаний и продуктов между странами характерно для:

- a)) мультирыночная стратегия
- b) международная стратегия
- c) глобальная стратегия
- d) транснациональная стратегия
- e) портфельная стратегия

82. Создание отделов, которые несут ответственность за реализацию одной из функций компании в мировом масштабе это

- a)) глобальная функциональная структура
- b) глобальная географическая структура
- c) глобальная продуктовая структура
- d) глобальная структура, ориентированная на потребителя
- e) глобальная матричная структура

83. Группировка операций компании вокруг определенных сегментов или групп потребителей, каждая из которых требует особого внимания это:

- a)) глобальная структура, ориентированная на потребителя
- b) глобальная географическая структура
- c) глобальная функциональная структура
- d) глобальная продуктовая структура
- e) глобальная матричная структура

84. Наложение организационной структуры одного типа на уже действующую структуру это:

- a)) глобальная матричная структура
- b) глобальная географическая структура
- c) глобальная функциональная структура
- d) глобальная структура, ориентированная на потребителя
- e) глобальная продуктовая структура

85. Преимущества глобальной продуктовой структуры:

- a)) деятельность каждого подразделения компании сфокусирована на выпуске одного продукта или группы продуктов; позволяет повысить эффективность производства
- b) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке
- c) делает возможным беспрепятственный обмен опытом и знаниями в рамках каждого функционального подразделения компании
- d) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- e) обеспечивает гибкость корпорации

86. Преимущества глобальной продуктовой структуры:

- a)) способствует глобальному маркетингу продукта; менеджеры владеют максимальной информацией по продукту
- b) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке

- с) делает возможным беспрепятственный обмен опытом и знаниями в рамках каждого функционального подразделения компании
- д) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- е) обеспечивает гибкость корпорации

87. Преимущества глобальной продуктовой структуры:

- а)) способствует формированию геоцентрической корпоративной философии
- б) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке
- с) делает возможным беспрепятственный обмен опытом и знаниями в рамках каждого функционального подразделения компании
- д) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- е) обеспечивает гибкость корпорации

88. Преимущества глобальной географической структуры:

- а)) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке; получение максимального эффекта от сбыта продукции
- б) способствует формированию геоцентрической корпоративной философии
- с) делает возможным беспрепятственный обмен опытом и знаниями в рамках каждого функционального подразделения компании
- д) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- е) обеспечивает гибкость корпорации

89. Преимущества глобальной функциональной структуры:

- а)) делает возможным беспрепятственный обмен опытом и знаниями в рамках каждого функционального подразделения компании
- б) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке

- c) способствует глобальному маркетингу продукта
- d) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- e) обеспечивает гибкость корпорации

90. Преимущества глобальной функциональной структуры:

- a)) менеджеры компании могут осуществлять централизованный контроль над всеми функциональными подразделениями
- b) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке
- c) способствует глобальному маркетингу продукта
- d) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- e) обеспечивает гибкость корпорации

91. Преимущества глобальной функциональной структуры:

- a)) позволяет сфокусировать внимание на основных функциях компании
- b) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке
- c) способствует глобальному маркетингу продукта
- d) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- e) обеспечивает гибкость корпорации

92. Преимущества глобальной структуры, ориентированной на потребителя:

- a)) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей
- b) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке
- c) способствует глобальному маркетингу продукта
- d) позволяет сфокусировать внимание на основных функциях компании
- e) обеспечивает гибкость корпорации

93. Преимущества глобальной матричной структуры:

- a)) обеспечивает гибкость корпорации; способствует консолидации опыта и знаний функциональных менеджеров, региональных специалистов и специалистов по продуктам
- b) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке
- c) способствует глобальному маркетингу продукта
- d) позволяет сфокусировать внимание на основных функциях компании
- e) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей

94. Преимущества глобальной матричной структуры:

- a)) способствует координации действий менеджеров различных подразделений компании
- b) позволяет корпорации накапливать знания о местном рынке
- c) способствует глобальному маркетингу продукта
- d) позволяет сфокусировать внимание на основных функциях компании
- e) позволяет удовлетворять специфические нужды каждого сегмента потребителей

95. Недостатки глобальной продуктовой структуры:

- a)) дорогостоящее дублирование операций
- b) распыление ресурсов компании в сфере внедрения новых технологий
- c) дублирование ресурсов в сфере управления компанией
- d) нарушение координации действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

96. Недостатки глобальной продуктовой структуры:

- a)) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- b) распыление ресурсов компании в сфере внедрения новых технологий

- c) дублирование ресурсов в сфере управления компанией
- d) нарушение координации действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

97. Недостатки глобальной географической структуры:

- a)) распыление ресурсов компании в сфере внедрения новых технологий
- b) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- c) дублирование ресурсов в сфере управления компанией
- d) нарушение координации действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

98. Недостатки глобальной географической структуры:

- a)) увеличение издержек на координацию действий различных подразделений
- b) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- c) дублирование ресурсов в сфере управления компанией
- d) нарушение координации действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

99. Недостатки глобальной функциональной структуры:

- a)) дублирование ресурсов в сфере управления компанией
- b) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- c) увеличение издержек на координацию действий различных подразделений
- d) нарушение координации действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

100. Недостатки глобальной функциональной структуры:

- a)) функциональные подразделения могут преследовать свои цели в ущерб компании в целом
- b) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- c) увеличение издержек на координацию действий различных подразделений
- d) нарушение координации действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

101. Недостатки глобальной структуры, ориентированной на потребителя:

- a)) дублирование ресурсов
- b) функциональные подразделения могут преследовать свои цели в ущерб компании в целом
- c) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- d) увеличение издержек на координацию действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

102. Недостатки глобальной структуры, ориентированной на потребителя:

- a)) нарушение координации действий различных подразделений
- b) функциональные подразделения могут преследовать свои цели в ущерб компании в целом
- c) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- d) увеличение издержек на координацию действий различных подразделений
- e) нарушение принципа единоначалия

103. Недостатки глобальной матричной структуры:

- a)) нарушение принципа единоначалия
- b) функциональные подразделения могут преследовать свои цели в ущерб компании в целом
- c) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании

- d) увеличение издержек на координацию действий различных подразделений
- e) дублирование ресурсов

104. Недостатки глобальной матричной структуры:

- a)) сложность и неопределенность системы отчетности
- b) функциональные подразделения могут преследовать свои цели в ущерб компании в целом
- c) затрудняется процесс накопления опыта в рамках всей компании
- d) увеличение издержек на координацию действий различных подразделений
- e) дублирование ресурсов

105. Самый сложный тип международной организационной структуры это:

- a)) глобальная матричная структура
- b) глобальная продуктовая структура
- c) глобальная географическая структура
- d) глобальная функциональная структура
- e) глобальная структура, ориентированная на потребителя

106. Процесс установления связей между различными рабочими группами и подразделениями, а также интеграция их действий называется:

- a)) координация
- b) кооперация
- c) слияние
- d) сотрудничество
- e) неформальное сетевое управление

107. Группа менеджеров из различных стран, которые тем или иным способом связаны друг с другом представляет собой:

- a)) неформальное сетевое управление
- b) формальное сетевое управление
- c) координация
- d) кооперация
- e) сотрудничество

108. По степени влияния на будущее организации управленческие решения делятся на:

- a)) стратегические и тактические
- b) глобальные и локальные
- c) перспективные и текущие
- d) индивидуальные и коллективные
- e) долгосрочные и краткосрочные

109. По масштабам управленческие решения могут быть:

- a)) глобальные и локальные
- b) стратегические и тактические
- c) перспективные и текущие
- d) индивидуальные и коллективные
- e) долгосрочные и краткосрочные

110. В соответствии с временным горизонтом управленческие решения могут быть:

- a)) перспективные и текущие
- b) стратегические и тактические
- c) глобальные и локальные
- d) индивидуальные и коллективные
- e) долгосрочные и краткосрочные

111. В зависимости от периода реализации управленческие решения могут быть:

- a)) долгосрочные и краткосрочные
- b) стратегические и тактические
- c) глобальные и локальные
- d) индивидуальные и коллективные
- e) перспективные и текущие

112. В соответствии со степенью предопределенности управленческие решения могут быть:

- a)) запрограммированные и незапрограммированные
- b) стратегические и тактические
- c) глобальные и локальные
- d) индивидуальные и коллективные
- e) перспективные и текущие

113. Выбор, сделанный на основе ощущения того, что он правилен это:

- a)) интуитивное решение
- b) рациональное решение
- c) адаптационное решение
- d) глобальное решение
- e) коллективное решение

114. Выбор, основанный на объективном аналитическом процессе это:

- a)) рациональное решение
- b) интуитивное решение
- c) адаптационное решение
- d) глобальное решение
- e) коллективное решение

115. К количественным методам прогнозирования относятся:

- a)) анализ временных рядов; каузальное моделирование
- b) совокупное мнение сбытовиков
- c) мнение жюри
- d) метод экспертных оценок
- e) модель ожидания потребителя

116. К качественным методам прогнозирования не относится:

- a)) анализ временных рядов
- b) совокупное мнение сбытовиков
- c) мнение жюри
- d) метод экспертных оценок
- e) модель ожидания потребителя

117. К качественным методам прогнозирования не относится:

- a)) каузальное моделирование
- b) совокупное мнение сбытовиков
- c) мнение жюри
- d) метод экспертных оценок
- e) модель ожидания потребителя

118. Метод, используемый для оценки влияния какого-либо действия на конкурентов:

- a)) теория игр
- b) платежная матрица
- c) дерево решений
- d) анализ временных рядов
- e) метод ожидания потребителя

119. К формам коллективного принятия решений не относится:

- a)) дерево решений
- b) интерактивные группы
- c) номинальные группы
- d) метод Дельфи
- e) мозговой штурм

120. Этот метод можно использовать в применении к сложным ситуациям, когда результат принимаемого решения влияет на последующие:

- a)) дерево решений
- b) платежная матрица
- c) теория игр
- d) анализ временных рядов
- e) метод экспертных оценок

121. К факторам, влияющим на процесс принятия решений не относится:

- a)) масштаб допустимых отклонений
- b) среда принятия решений
- c) поведенческие ограничения
- d) личностные оценки руководителя
- e) определенность

122. Недостаток принятия решений в группе:

- a)) отсутствие ответственности за принятое решение
- b) большее количество вариантов решения
- c) более точная диагностика
- d) стимулирует высокую активность в его реализации
- e) нехватка времени

123. Для определения времени размещения заказов на ресурсы и их количество используется:

- a)) модель управления запасами
- b) модель линейного программирования
- c) имитационные модели
- d) экономический анализ
- e) платежная матрица

124. Для определения оптимального способа распределения дефицитных ресурсов применяется:

- a)) модель линейного программирования
- b) модель управления запасами
- c) имитационные модели
- d) экономический анализ
- e) платежная матрица

125. Экспериментальное применение модели для определения изменения реальной ситуации:

- a)) имитационные модели
- b) модель управления запасами
- c) модель линейного программирования
- d) экономический анализ
- e) платежная матрица

126. Метод статистической теории решений:

- a)) платежная матрица
- b) модель управления запасами
- c) модель линейного программирования
- d) экономический анализ
- e) имитационные модели

127. К неформальным методам прогнозирования относится:

- a)) вербальная информация; письменная информация
- b) анализ временных рядов
- c) каузальное моделирование
- d) мнение жюри
- e) метод экспертных оценок

128. К неформальным методам прогнозирования относится:

- a)) промышленный шпионаж
- b) анализ временных рядов
- c) каузальное моделирование
- d) мнение жюри
- e) метод экспертных оценок

129. К формам международной кооперации не относится:

- a)) кластер
- b) лизинговый договор
- c) сопроизводство
- d) контракт- менеджмент
- e) фрайчайзинг

130. Использование авторского права, товарного знака, патента:

- a)) лизинговый договор
- b) стратегический альянс
- c) сопроизводство
- d) контракт- менеджмент
- e) фрайчайзинг

131. Изготовление комплексного изделия или его компонентов одним из зарубежных партнеров:

- a)) сопроиизводство
- b) стратегический альянс
- c) лизинговый договор
- d) контракт- менеджмент
- e) фрайчайзинг

132. Передача одним из партнеров ноу-хау в области менеджмента:

- a)) контракт- менеджмент
- b) стратегический альянс
- c) лизинговый договор
- d) сопроиизводство
- e) фрайчайзинг

133. Выдача лицензии на определенную деятельность с предоставлением дополнительной управленческой, маркетинговой и технологической поддержки:

- a)) фрайчайзинг
- b) стратегический альянс
- c) лизинговый договор
- d) сопроиизводство
- e) контракт- менеджмент

134. Создание новой компании юридически и экономически самостоятельными предприятиями:

- a)) совместное предприятие
- b) стратегический альянс
- c) лизинговый договор
- d) сопроиизводство
- e) контракт- менеджмент

135. Формальный союз, создаваемый с целью объединения ресурсов для решения задач реорганизации, повышения рыночной эффективности и т.д.:

- a)) стратегический альянс
- b) совместное предприятие
- c) лизинговый договор
- d) сопроизводство
- e) контракт- менеджмент

136. Не относится к основным принципам, лежащим в основе МНК:

- a)) единая структура
- b) корпоративная целостность
- c) единые стратегические цели и задачи
- d) наличие единой управляющей вертикали
- e) бессрочный характер существования

137. К причинам роста и развития МНК не относится:

- a)) рост внутреннего рынка
- b) достижения в области телекоммуникаций
- c) распространение Интернет
- d) снятие барьеров для инвестиций и торговли многими странами
- e) тенденция к унификации и объединению в рамках мирового сообщества

138. Повышение эффективности и конкурентоспособности МНК достигается за счет:

- a)) преодоления правовых ограничений вхождения на зарубежный рынок, открытия благоприятных рынков с точки зрения каналов сбыта и поступления ресурсов

- b) свои зарубежные предприятия получают доступ к более дешевым сырьевым, трудовым, финансовым и информационным ресурсам зарубежных стран
- c) расширения производства
- d) страновой диверсификации операций
- e) совершенствования форм менеджмента

139. Снижение затрат МНК достигается за счет:

- a)) расширения производства
- b) свои зарубежные предприятия получают доступ к более дешевым сырьевым, трудовым, финансовым и информационным ресурсам зарубежных стран
- c) преодоления правовых ограничений вхождения на зарубежный рынок, открытия благоприятных рынков с точки зрения каналов сбыта и поступления ресурсов
- d) страновой диверсификации операций
- e) совершенствования форм менеджмента

140. Снижение рисков МНК достигается за счет:

- a)) страновой диверсификации операций
- b) свои зарубежные предприятия получают доступ к более дешевым сырьевым, трудовым, финансовым и информационным ресурсам зарубежных стран
- c) преодоления правовых ограничений вхождения на зарубежный рынок, открытия благоприятных рынков с точки зрения каналов сбыта и поступления ресурсов
- d) расширения производства
- e) совершенствования форм менеджмента

141. Если степень участия инвестора в лице холдинговой компании в акционерном капитале другой фирмы достаточна, чтобы осуществлять управление ее текущими операциями, то такая фирма называется:

- a)) дочерняя компания

- b) зависимая компания
- c) субхолдинг
- d) промежуточная холдинговая компания
- e) аффилированная компания

142. Компания, которая находится под акционерным, финансовым, либо управленческим контролем со стороны холдинговой МНК называется:

- a)) зависимая компания
- b) дочерняя компания
- c) субхолдинг
- d) промежуточная холдинговая компания
- e) финансовая группа

143. Основным отличием финансовой холдинговой компании от других финансовых институтов является:

- a)) выработка и реализация инвестиционной стратегии, для установления контроля над фирмами, находящимися в поле ее интересов
- b) диверсифицированными вложениями в акции компаний различных стран
- c) прямые инвестиции в нефинансовые предприятия
- d) портфельные инвестиции
- e) объединением финансовых и нефинансовых фирм

144. К функциям, осуществляемым головной компанией МНК не относится:

- a)) оперативные вопросы бизнеса
- b) выработка долгосрочной деловой политики и экономической стратегии всей групп
- c) стратегическое управление дочерними предприятиями
- d) координацию НИОКР

- е) финансовый и административный контроль- деятельности дочерних компаний

145. Для какой страны характерна иерархия, как тип акционерной структуры:

- а)) Япония
- б) США
- с) Германия
- д) Франция
- е) Южная Корея

146. Для какой страны характерна иерархия, с элементами перекрестного участия, как тип акционерной структуры:

- а)) Германия
- б) США
- с) Япония
- д) Франция
- е) Южная Корея

147. Самостоятельная банковская организация в форме открытого или закрытого акционерного общества, где все или большая часть акций принадлежит головному международному банку, называется:

- а)) дочерним банком
- б) ассоциированным банком
- с) банковский консорциум
- д) аффилированным банком
- е) зависимым банком

148. Под ассоциированным банком понимается:

- a)) самостоятельная банковская организация, часть акций которой, но не контрольный пакет, принадлежит иностранному банку
- b) самостоятельная банковская организация контрольный пакет акций которой принадлежит иностранному банку
- c) самостоятельная банковская организация в форме открытого или закрытого акционерного общества, где все или большая часть акций принадлежит головному международному банку
- d) самостоятельная банковская организация в форме открытого акционерного общества, где большая часть акций принадлежит головному международному банку
- e) банковское совместное предприятие, принадлежащее группе из двух или более банков, представляющих разные страны

149. Банковское совместное предприятие, принадлежащее группе из двух или более банков, представляющих разные страны называется:

- a)) банковский консорциум
- b) ассоциированным банком
- c) дочерним банком
- d) аффилированным банком
- e) зависимым банком

150. Акционерное общество, владеющее пакетами акций самостоятельных банков и небанковских организаций с целью осуществления управленческих, финансово-кредитных и контрольных функций по отношению к ним это:

- a)) банковская холдинговая компания
- b) страховая организация
- c) инвестиционный фонд
- d) дочерний банк
- e) аффилированный банк

151. К преимуществам банковских холдинговых компаний перед самостоятельными банками относится:

- a)) более высокая доходность от операций
- b) монополизация рынка
- c) высокая степень централизации при принятии решений
- d) снижение конкуренции
- e) бюрократические процедуры

152. К преимуществам банковских холдинговых компаний перед самостоятельными банками не относится:

- a)) монополизация рынка
- b) широкий спектр предлагаемых услуг
- c) более высокая доходность от операций
- d) снижение общего риска вложений за счет диверсификаций
- e) большая устойчивость к банкротству

153. Полная ответственность за планирование стратегии бизнеса на национальном уровне – структура управления относится к:

- a)) финансовая группа
- b) конгломерат
- c) концерн
- d) трест
- e) холдинг

154. Полная ответственность при выработке стратегии на национальном уровне, право принять или отвергнуть предложения головной компании – структура управления относится к:

- a)) конгломерат
- b) финансовая группа
- c) концерн
- d) трест
- e) холдинг

155. Планирование стратегии бизнеса на национальном уровне ограничено директивами и указаниями из головной компании МНК – структура управления относится к:

- a)) концерн
- b) финансовая группа
- c) конгломерат
- d) трест
- e) холдинг

156. Какая из структур управления переносит основную ответственность за стратегическое планирование на национальный уровень дочернего предприятия:

- a)) финансовая группа
- b) конгломерат
- c) концерн
- d) трест
- e) холдинг

157. Какая из структур управления при планировании стратегии одновременно сохраняет независимость менеджеров дочерних фирм и способствует межрегиональной координации в рамках МНК:

- a)) конгломерат
- b) финансовая группа
- c) концерн
- d) трест
- e) холдинг

158. Какая из структур управления в состоянии отслеживать внешнюю среду на глобальном уровне:

- a)) концерн
- b) финансовая группа
- c) конгломерат
- d) трест
- e) холдинг

159. В чем заключается международная портфельная стратегия МНК:

- a)) распределением и перераспределением ресурсов МНК между различными подразделениями с целью достижения корпоративных целей МНК
- b) сбор, обработка и анализ информации о различных национальных рынках, с целью дать менеджменту глобальную перспективу экономического окружения МНК
- c) международная рекламная политика
- d) диверсификация средств
- e) лидерство в издержках

160. В чем заключается международная маркетинговая стратегия МНК:

- a)) сбор, обработка и анализ информации о различных национальных рынках, с целью дать менеджменту глобальную перспективу экономического окружения МНК
- b) распределением и перераспределением ресурсов МНК между различными подразделениями с целью достижения корпоративных целей МНК
- c) международная рекламная политика
- d) диверсификация средств
- e) лидерство в издержках

161. Не является вариантом политики головной компании МНК в области международного ценообразования:

- a)) цены на международном рынке

- b) цены на национальной основе
- c) ценообразование на основе стандартной формулы
- d) международное стратегическое ценообразования
- e) ценообразование на основе «кривой эффективности»

162. Кто принимает решения о капитальных вложениях?

- a)) инвестиционный комитет
- b) члены совета директоров МНК
- c) менеджеры национальной дочерней компании
- d) высшее руководство корпораций
- e) президент компании

163. Не относится к механизмам координации с участием головной компании:

- a)) международная рекламная политика
- b) международные конференции
- c) отчеты о достижениях
- d) центры обмена опытом
- e) проектные группы

164. Совместная деятельность индивидуальных предпринимателей или коммерческих организаций это:

- a)) простое товарищество
- b) полное товарищество
- c) коммандитное товарищество
- d) акционерные общества
- e) производственный кооператив

165. К хозяйственным товариществам и обществам не относится:

- a)) производственный кооператив

- b) полное товарищество
- c) коммандитное товарищество
- d) акционерное общество
- e) общество с ограниченной ответственностью

166. К коммерческим организациям относятся:

- a)) хозяйственные товарищества и общества
- b) потребительские кооперативы
- c) общественные и религиозные организации
- d) фонды
- e) ассоциации

167. К некоммерческим организациям относятся:

- a)) потребительские кооперативы
- b) производственные кооперативы
- c) хозяйственные товарищества и общества
- d) государственные унитарные предприятия
- e) муниципальные предприятия

168. Участники в соответствии с договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно несут по его обязательствам субсидарную ответственность:

- a)) полное товарищество
- b) производственный кооператив
- c) коммандитное товарищество
- d) акционерное общество
- e) общество с ограниченной ответственностью

169. Участники несут риск убытков в связи с деятельностью товарищества в пределах сумм внесенных ими вкладов:

- a)) коммандитное товарищество
- b) производственный кооператив
- c) полное товарищество
- d) акционерное общество
- e) общество с ограниченной ответственностью

170. В какой стране коммандистам предоставляется право выдвигать возражения против совершения необычных, с их точки зрения, сделок:

- a)) Германия
- b) Франция
- c) США
- d) Россия
- e) Азербайджан

171. В каких организациях фиксируется минимальный размер имущества, гарантирующего интересы их кредиторов?

- a)) общество с ограниченной ответственностью
- b) производственный кооператив
- c) полное товарищество
- d) акционерное общество
- e) коммандитное товарищество

172. В какой организации устав обязателен?

- a)) общество с ограниченной ответственностью
- b) производственный кооператив
- c) полное товарищество
- d) акционерное общество
- e) коммандитное товарищество

173. Акционерный закон какой страны, требует наличия у АО не менее 5 учредителей?

- a)) Германия
- b) Франция
- c) США
- d) Россия
- e) Азербайджан

174. В какой стране система управления АО предусматривает включение в исполнительный орган (правление) его работников в количестве не более 1/3 от состава правления?

- a)) Франция
- b) Германия
- c) США
- d) Россия
- e) Азербайджан

175. Законодательство какой страны, запрещает совмещение членства в наблюдательном совете и правлении АО?

- a)) Германия
- b) Франция
- c) США
- d) Россия
- e) Азербайджан

176. Добровольное объединение граждан на основе членства для совместной хозяйственной деятельности, основанной на их личном участии и объединении имущественных паев:

- a)) производственный кооператив

- b) полное товарищество
- c) коммандитное товарищество
- d) акционерное общество
- e) общество с ограниченной ответственностью

177. В какой стране действуют s–корпорации, представляющие собой гибрид акционерных обществ и товариществ?

- a)) США
- b) Франция
- c) Германия
- d) Россия
- e) Азербайджан

178. К преимуществам стратегических альянсов относят:

- a)) возможность упрощенного проникновения на новый рынок
- b) согласованность целей
- c) поддержка собственных интересов
- d) интернационализация операций
- e) повышение эффективности

179. К преимуществам стратегических альянсов относят:

- a)) разделение рисков
- b) согласованность целей
- c) поддержка собственных интересов
- d) интернационализация операций
- e) повышение эффективности

180. К преимуществам стратегических альянсов относят:

- a)) обмен знаниями и опытом

- b) согласованность целей
- c) поддержка собственных интересов
- d) интернационализация операций
- e) повышение эффективности

181. К преимуществам стратегических альянсов относят:

- a)) синергия и конкурентное преимущество
- b) согласованность целей
- c) поддержка собственных интересов
- d) интернационализация операций
- e) повышение эффективности

182. Компании-участницы альянса договариваются о совместном осуществлении нескольких этапов процесса внедрения товаров на рынок это:

- a)) комплексный альянс
- b) функциональный альянс
- c) маркетинговый альянс
- d) финансовый альянс
- e) производственный альянс

183. К факторам подлежащим анализу при выборе потенциальных партнеров по альянсу относят:

- a)) совместимость
- b) цели
- c) маркетинг
- d) производство
- e) международные

184. К факторам подлежащим анализу при выборе потенциальных партнеров по альянсу относят:

- a)) характер товаров или услуг
- b) цели
- c) маркетинг
- d) производство
- e) международные

185. К факторам подлежащим анализу при выборе потенциальных партнеров по альянсу относят:

- a)) относительная безопасность союза
- b) цели
- c) маркетинг
- d) производство
- e) международные

186. К факторам подлежащим анализу при выборе потенциальных партнеров по альянсу относят:

- a)) возможность обучения
- b) цели
- c) маркетинг
- d) производство
- e) международные

187. При совместном управлении альянсом оба партнера принимают активное участие в управлении:

- a)) разделение управленческих функций
- b) централизация управленческих функций
- c) делегирование управленческих функций
- d) делегирование полномочий
- e) разделение ответственности

188. При совместном управлении альянсом один из партнеров берет на себя ответственность за выполнение административных функций:

- a)) централизация управленческих функций
- b) разделение управленческих функций
- c) делегирование управленческих функций
- d) делегирование полномочий
- e) разделение ответственности

189. При совместном управлении альянсом оба партнера делегируют управленческие полномочия должностным лицам совместного предприятия:

- a)) делегирование управленческих функций
- b) разделение управленческих функций
- c) централизация управленческих функций
- d) делегирование полномочий
- e) разделение ответственности

190. К источникам возникновения проблем стратегических альянсов относят:

- a)) несовместимость партнеров
- b) разделение управленческих функций
- c) централизация управленческих функций
- d) делегирование управленческих функций
- e) возможность обучения

191. К источникам возникновения проблем стратегических альянсов относят:

- a)) доступ к информации

- b) разделение управленческих функций
- c) централизация управленческих функций
- d) делегирование управленческих функций
- e) возможность обучения

192. К источникам возникновения проблем стратегических альянсов относят:

- a)) распределение доходов
- b) разделение управленческих функций
- c) централизация управленческих функций
- d) делегирование управленческих функций
- e) возможность обучения

193. К источникам возникновения проблем стратегических альянсов относят:

- a)) потеря автономности
- b) разделение управленческих функций
- c) централизация управленческих функций
- d) делегирование управленческих функций
- e) возможность обучения

194. К источникам возникновения проблем стратегических альянсов относят:

- a)) изменение обстоятельств
- b) разделение управленческих функций
- c) централизация управленческих функций
- d) делегирование управленческих функций
- e) возможность обучения

195. Наличие географической концентрации и тесного переплетения связей между родственными предприятиями и их смежниками называется:

- a)) предпринимательским кластером
- b) классическим кластером
- c) холдингом
- d) концерном
- e) трестом

196. К видам международных стратегий не относится:

- a)) локальная стратегия
- b) глобальная стратегия фокусирования
- c) глобальная стратегия дифференциации
- d) глобальная стратегия низких издержек
- e) многонациональная стратегия

197. Когда фирма, обладая серьезными техническими разработками, не может самостоятельно осуществлять свою деятельность в других странах, целесообразна стратегия:

- a)) передача права на использование собственных технологий фирмы
- b) усиление национального производства и вывоз продукции на зарубежные рынки
- c) глобальная стратегия низких издержек
- d) многонациональная стратегия
- e) глобальная стратегия дифференциации

198. В каких случаях конкурентное преимущество достигается за счет эффекта масштаба, снижения издержек при выпуске нового вида продукции

- a)) в случае сосредоточения деятельности в одной стране
- b) когда местные потребители различны, транспортировка, связь и хранение сильно влияют на конечную цену

- c) высокие транспортные расходы
- d) в случае тесного сотрудничества с покупателями
- e) быстрой реакцией на изменяющиеся запросы потребителей

199. Что понимается под триадой в модели К.Омае:

- a)) рынки США, Японии и Европы
- b) рынки стран СНГ
- c) Рынки стран Латинской Америки
- d) рынки Японии, Южной Кореи. Китая
- e) рынки Германии, Франции, Великобритании

200. По мнению К.Омае главной отличительной чертой тройственного предприятия является:

- a)) сильная позиция на рынках триады
- b) координация деятельности
- c) высокие транспортные издержки
- d) возрастающая капиталоемкость продукции
- e) увеличение однородности спроса

201. При формировании глобальной стратегии, в каких случаях фирме целесообразно сосредоточить деятельность в одной стране?

- a)) когда производится поставка уже готовых материалов в другие страны
- b) когда местные потребители различны, транспортировка, связь и хранение сильно влияют на конечную цену
- c) высокие транспортные расходы
- d) в случае тесного сотрудничества с покупателями
- e) быстрой реакцией на изменяющиеся запросы потребителей

202. При формировании глобальной стратегии, в каких случаях фирме целесообразно рассредоточение деятельности?

- a)) когда местные потребители различны, транспортировка, связь и хранение сильно влияют на конечную цену
- b)) когда производится поставка уже готовых материалов в другие страны
- c)) высокие транспортные расходы
- d)) в случае тесного сотрудничества с покупателями
- e)) быстрой реакцией на изменяющиеся запросы потребителей

203. В чем состоит преимущество координации деятельности фирмы при осуществлении глобальной стратегии?

- a)) в накоплении знаний и опыта, приобретаемых в разных местах
- b)) быстрой реакцией на изменяющиеся запросы потребителей
- c)) в случае тесного сотрудничества с покупателями
- d)) более низкая стоимость факторов производства
- e)) сокращения затрат на НИОК

204. Начальным этапом стратегического планирования является:

- a)) определение миссии
- b)) выбор целей и задач
- c)) анализ внешних факторов
- d)) анализ внутренних факторов
- e)) реализация стратегии

205. Не относится к факторам развития международной фирмы:

- a)) сырьевые ресурсы
- b)) финансовые ресурсы
- c)) трудовые ресурсы
- d)) производственные ресурсы
- e)) влияние внешней среды

206. К характеристике финансовых ресурсов не относится:

- a)) размер инвестиций
- b) нынешние и будущие поступления средств и потребность в них
- c) возможность их перемещения
- d) доступность капитала
- e) цели в отношении прибыли и дивидендов

207. К показателям, используемым для анализа трудовых ресурсов не относится:

- a)) отношение общественности к фирме
- b) общая численность персонала
- c) уровень использования персонала
- d) возможность перемещения работников
- e) возможность привлечения дополнительных ресурсов

208. Анализ влияния внешней среды не включает:

- a)) доступность капитала
- b) изменения в системе снабжения и колебания цен
- c) колебания спроса
- d) конкурентные возможности по сравнению с другими фирмами
- e) отношение общественности

209. Не относится к задачам, решаемым при организации стратегического планирования:

- a)) определение целей и задач
- b) создание управленческой структуры
- c) разработка правил функционирования управленческой структуры
- d) подбор и мотивация персонала

е) организация информационного обеспечения

210. К основным задачам высших руководителей по стратегическому планированию не относится:

- а)) подбор кадров
- б) создание структуры стратегического планирования
- в) стимулирование участников
- г) разработку основных направлений деятельности фирмы на долгосрочную перспективу
- д) обеспечение связи между отдельными звеньями и исполнителями

211. Компания пытается дублировать на иностранном рынке ту бизнес модель, которая оказалась успешной на внутреннем рынке:

- а)) стратегия дублирования модели ведения бизнеса
- б) мультилокальная стратегия
- в) глобальная стратегия
- г) транснациональная стратегия
- д) портфельная стратегия

212. Совокупность относительно независимых дочерних компаний, каждая из которых обслуживает какой-либо конкретный внутренний рынок:

- а)) мультилокальная стратегия
- б) стратегия дублирования модели ведения бизнеса
- в) глобальная стратегия
- г) транснациональная стратегия
- д) портфельная стратегия

213. Корпорация воспринимает мир как единый рынок и в качестве основной цели ставит создание стандартизированных товаров и услуг:

- a)) глобальная стратегия
- b) стратегия дублирования модели ведения бизнеса
- c) мультилокальная стратегия
- d) транснациональная стратегия
- e) портфельная стратегия

214. Деятельность корпораций основана на сочетании преимуществ повышения эффективности за счет глобализации операций:

- a)) транснациональная стратегия
- b) стратегия дублирования модели ведения бизнеса
- c) мультилокальная стратегия
- d) глобальная стратегия
- e) портфельная стратегия

215. Элемент международной стратегии, который определяет способность компании добиться выдающихся результатов, особенно в сравнении с конкурентами называется:

- a)) исключительная компетенция компании
- b) сфера деятельности
- c) использование ресурсов
- d) синергия
- e) определение миссии

216. Элемент международной стратегии который охватывает географические регионы, определяет область деловых интересов компании называется:

- a)) сфера деятельности
- b) исключительная компетенция компании
- c) использование ресурсов
- d) синергия
- e) определение миссии

217. Элемент международной стратегии, который определяет способ распределения ресурсов компании различными направлениями ее деятельности называется:

- a)) использование ресурсов
- b)) исключительная компетенция компании
- c)) сфера деятельности
- d)) синергия
- e)) определение миссии

218. Элемент международной стратегии, при которой происходит увеличение совокупного результата за счет тесного взаимодействия различных составляющих бизнеса компании называется:

- a)) синергия
- b)) исключительная компетенция компании
- c)) сфера деятельности
- d)) использование ресурсов
- e)) определение миссии

219. Определяет диапазон всех направлений деятельности компании:

- a)) корпоративная стратегия
- b)) стратегия дифференциации
- c)) бизнес стратегия
- d)) лидерство по издержкам
- e)) финансовая стратегия

220. Получение прибыли от одного направления бизнеса:

- a)) стратегия ориентации на один вид деятельности
- b)) связанная диверсификация

- c) несвязанная диверсификация
- d) стратегия дифференциации
- e) лидерство по издержкам

221. Одновременная деятельность компании по нескольким разным направлениям деятельности в родственных областях:

- a)) стратегия связанной диверсификации
- b) стратегия несвязанной диверсификации
- c) стратегия несвязанной диверсификации
- d) стратегия фокусирования
- e) стратегия лидерства по издержкам

222. Формирование и поддержку такого имиджа товаров или услуг, который принципиально отличается от других товаров и услуг на том же сегменте рынка:

- a)) стратегия дифференциации
- b) стратегия связанной диверсификации
- c) стратегия несвязанной диверсификации
- d) стратегия фокусирования
- e) стратегия лидерства по издержкам

223. Выпуск узкого ассортимента товаров, предназначенных для определенных групп потребителей или для отдельных регионов:

- a)) стратегия фокусирования
- b) стратегия связанной диверсификации
- c) стратегия несвязанной диверсификации
- d) стратегия дифференциации
- e) стратегия лидерства по издержкам

224. К типу корпоративной стратегии относится:

- a)) стратегия ориентации на один вид деятельности
- b) стратегия дифференциации
- c) стратегия лидерства по издержкам
- d) стратегия фокусирования
- e) финансовая стратегия

225. К типу корпоративной стратегии относится:

- a)) стратегия связанной диверсификации
- b) стратегия дифференциации
- c) стратегия лидерства по издержкам
- d) стратегия фокусирования
- e) финансовая стратегия

226. К типу корпоративной стратегии относится:

- a)) стратегия несвязанной диверсификации
- b) стратегия дифференциации
- c) стратегия лидерства по издержкам
- d) стратегия фокусирования
- e) финансовая стратегия

227. К бизнес стратегии относится:

- a)) стратегия дифференциации
- b) стратегия несвязанной диверсификации
- c) стратегия связанной диверсификации
- d) финансовая стратегия
- e) стратегия ориентации на один вид деятельности

228. К бизнес стратегии относится:

- a)) стратегия лидерство по издержкам

- b) стратегия несвязанной диверсификации
- c) стратегия связанной диверсификации
- d) финансовая стратегия
- e) стратегия ориентации на один вид деятельности

229. К бизнес стратегии относится:

- a)) стратегия фокусирования
- b) стратегия несвязанной диверсификации
- c) стратегия связанной диверсификации
- d) финансовая стратегия
- e) стратегия ориентации на один вид деятельности

230. К функциональным стратегиям относится:

- a)) финансовая стратегия
- b) стратегия несвязанной диверсификации
- c) стратегия связанной диверсификации
- d) стратегия лидерство по издержкам
- e) стратегия ориентации на один вид деятельности

231. К функциональным стратегиям относится:

- a)) маркетинговая стратегия
- b) стратегия несвязанной диверсификации
- c) стратегия связанной диверсификации
- d) стратегия лидерство по издержкам
- e) стратегия ориентации на один вид деятельности

232. Преимущества, обусловленные наличием в собственности компании материальных и нематериальных ресурсов, которые предоставляют компании конкурентное преимущество это:

- a)) преимущество обладания ценными активами
- b) преимущества размещения
- c) преимущества интернационализации
- d) необходимость контроля
- e) доступность ресурсов

233. Обусловлены теми факторами, от которых зависит предпочтительное размещение производства в стране пребывания, а не в родной стране это:

- a)) преимущества размещения
- b) преимущество обладания ценными активами
- c) преимущества интернационализации
- d) необходимость контроля
- e) доступность ресурсов

234. Преимущества, обуславливающие предпочтительность производства товаров силами своей компании вместо заключения договоров с другими компаниями:

- a)) преимущества интернационализации
- b) преимущество обладания ценными активами
- c) преимущества размещения
- d) необходимость контроля
- e) доступность ресурсов

235. К специальным способам проникновения на рынок относят:

- a)) контрактное производство
- b) экспорт
- c) международное лицензирование
- d) международный франчайзинг
- e) прямые зарубежные инвестиции

236. К специальным способам проникновения на рынок относят:

- a)) управленческие контракты
- b) экспорт
- c) международное лицензирование
- d) международный франчайзинг
- e) прямые зарубежные инвестиции

237. К специальным способам проникновения на рынок относят:

- a)) строительство и оснащение объектов под ключ
- b) экспорт
- c) международное лицензирование
- d) международный франчайзинг
- e) прямые зарубежные инвестиции

238. К прямым зарубежным инвестициям относят:

- a)) стратегия создания новых предприятий; стратегия приобретения действующих предприятий
- b) экспорт
- c) международное лицензирование
- d) международный франчайзинг
- e) прямые зарубежные инвестиции

239. К прямым зарубежным инвестициям относят:

- a)) организация совместных предприятий
- b) экспорт
- c) международное лицензирование
- d) международный франчайзинг
- e) прямые зарубежные инвестиции

240. К преимуществам экспорта относят:

- a)) относительно низкий уровень финансового риска; возможность постепенного проникновения на рынок; приобретение знаний о местном рынке
- b) возможность получения информации о местных рынках от лицензиата
- c) возможность избежать тарифов
- d) распределение ресурсов компании на другие виды деятельности в цепочке создания ценности
- e) осуществление контроля над выполнением операций

241. К преимуществам экспорта относят:

- a)) возможность избежать ограничений на иностранные инвестиции
- b) возможность получения информации о местных рынках от лицензиата
- c) возможность избежать тарифов
- d) распределение ресурсов компании на другие виды деятельности в цепочке создания ценности
- e) осуществление контроля над выполнением операций

242. К преимуществам лицензирования относят:

- a)) низкий уровень финансовых рынков; возможность избежать тарифов
- b) возможность постепенного проникновения на рынок
- c) приобретение знаний о местном рынке
- d) осуществление контроля над выполнением операций
- e) возможность получения больших прибылей

243. К преимуществам лицензирования относят:

- a)) возможность оценки потенциала рынка без больших затрат
- b) возможность постепенного проникновения на рынок
- c) приобретение знаний о местном рынке
- d) осуществление контроля над выполнением операций
- e) возможность получения больших прибылей

244. К преимуществам лицензирования относят:

- a)) возможность получения информации о местных рынках от лицензиата
- b) возможность постепенного проникновения на рынок
- c) приобретение знаний о местном рынке
- d) осуществление контроля над выполнением операций
- e) возможность получения больших прибылей

245. К преимуществам франчайзинга относят:

- a)) низкий уровень финансовых рынков; возможность оценки потенциала рынка без больших затрат
- b) возможность постепенного проникновения на рынок
- c) приобретение знаний о местном рынке
- d) осуществление контроля над выполнением операций
- e) возможность получения больших прибылей

246. К преимуществам франчайзинга относят:

- a)) возможность избежать тарифов
- b) возможность постепенного проникновения на рынок
- c) приобретение знаний о местном рынке
- d) осуществление контроля над выполнением операций
- e) возможность получения больших прибылей

247. К преимуществам франчайзинга относят:

- a)) осуществление более жесткого контроля по сравнению с лицензированием; возможность получения информации о местных рынках от франчайзи
- b) возможность постепенного проникновения на рынок
- c) приобретение знаний о местном рынке
- d) осуществление контроля над выполнением операций
- e) возможность получения больших прибылей

248. К преимуществам контрактного производства относят:

- a)) выделение минимального объема ресурсов на выпуск продукции
- b) возможность избежать тарифов
- c) возможность избежать всех рисков
- d) возможность оценки потенциала рынка без больших затрат
- e) минимальный финансовый риск при выходе на зарубежный рынок

249. К преимуществам контрактного производства относят:

- a)) распределение ресурсов компании на другие виды деятельности в цепочке создания ценностей
- b) возможность избежать тарифов
- c) возможность избежать всех рисков
- d) возможность оценки потенциала рынка без больших затрат
- e) минимальный финансовый риск при выходе на зарубежный рынок

250. К преимуществам управленческих контрактов относят:

- a)) возможность избежать тарифов
- b) возможность избежать всех рисков
- c) возможность оценки потенциала рынка без больших затрат
- d) приобретение знаний о местном рынке

- e) возможность выделения ресурсов компании тому направлению деятельности, в котором компания имеет наибольший опыт

251. К преимуществам управленческих контрактов относят:

- a)) минимальный финансовый риск при выходе на зарубежный рынок
- b) возможность избежать всех рисков
- c) возможность оценки потенциала рынка без больших затрат
- d) приобретение знаний о местном рынке
- e) возможность избежать тарифов

252. К преимуществам прямых зарубежных инвестиций относят:

- a)) возможность получения больших прибылей
- b) низкий уровень финансовых рынков
- c) возможность постепенного проникновения на рынок
- d) минимальный финансовый риск при выходе на зарубежный рынок
- e) возможность избежать всех рисков

253. К преимуществам прямых зарубежных инвестиций относят:

- a)) осуществление контроля над выполнением операций; приобретение знаний о местном рынке
- b) низкий уровень финансовых рынков
- c) возможность постепенного проникновения на рынок
- d) минимальный финансовый риск при выходе на зарубежный рынок
- e) возможность избежать всех рисков

254. К преимуществам прямых зарубежных инвестиций относят:

- a)) возможность избежать тарифов и нетарифных ограничений
- b) низкий уровень финансовых рынков
- c) возможность постепенного проникновения на рынок

- d) возможность получения информации о местных рынках от лицензиата
- e) возможность избежать всех рисков

255. К недостаткам экспорта относят:

- a)) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- b) ограниченные возможности рынка
- c) зависимость от лицензиата
- d) зависимость от франчайзи
- e) вероятность создания нового конкурента

256. К недостаткам экспорта относят:

- a)) сложности с доставкой грузов; потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- b) ограниченные возможности рынка
- c) зависимость от лицензиата
- d) зависимость от лицензиата
- e) вероятность создания нового конкурента

257. К недостаткам лицензирования относят:

- a)) ограниченные возможности рынка
- b) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- c) сложности с доставкой грузов
- d) потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- e) зависимость от франчайзи

258. К недостаткам лицензирования относят:

- a)) зависимость от лицензиатазависимость от лицензиата
- b) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- c) сложности с доставкой грузов

- d) потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- e) зависимость от франчайзи

259. К недостаткам лицензирования относят

- a)) потенциальные конфликты с лицензиатом; : вероятность создания нового конкурента
- b) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- c) сложности с доставкой грузов
- d) потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- e) зависимость от франчайзи

260. К недостаткам лицензирования относят

- a)) вероятность создания нового конкурента
- b) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- c) сложности с доставкой грузов
- d) потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- e) зависимость от франчайзи

261. К недостаткам франчайзи относят:

- a)) ограниченные возможности рынка
- b) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- c) сложности с доставкой грузов
- d) потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- e) зависимость от лицензиата

262. К недостаткам франчайзи относят:

- a)) зависимость от франчайзи; потенциальные конфликты с франчайзи
- b) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- c) сложности с доставкой грузов

- d) потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- e) зависимость от лицензиата

263. К недостаткам франчайзи относят:

- a)) вероятность создания нового конкурента
- b) уязвимость к тарифным и нетарифным ограничениям на торговлю
- c) сложности с доставкой грузов
- d) потенциальные конфликты с дистрибьюторами
- e) зависимость от лицензиата

264. К недостаткам контрактного производства относят:

- a)) ограниченный контроль
- b) потенциальные прибыли ограничены договором
- c) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- d) финансовые риски
- e) строительные риски

265. К недостаткам контрактного производства относят:

- a)) ограниченные возможности в плане получения опыта;
- b) потенциальные прибыли ограничены договором
- c) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- d) финансовые риски
- e) строительные риски

266. К недостаткам контрактного производства относят:

- a)) потенциальные проблемы в сфере связей с общественностью
- b) потенциальные прибыли ограничены договором

- c) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- d) финансовые риски
- e) строительные риски

267. К недостаткам управленческих контрактов относят:

- a)) потенциальные прибыли ограничены договором
- b) потенциальные проблемы в сфере связей с общественностью
- c) ограниченные возможности в плане получения опыта
- d) ограниченный контроль
- e) финансовые риски

268. К недостаткам управленческих контрактов относят:

- a)) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- b) потенциальные проблемы в сфере связей с общественностью
- c) ограниченные возможности в плане получения опыта
- d) ограниченный контроль
- e) финансовые риски

269. К недостаткам прямых зарубежных инвестиций относят:

- a)) необходимость больших инвестиций в производственные мощности и систему управления
- b) финансовые рынки
- c) строительные риски
- d) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- e) потенциальные проблемы в сфере связей с общественностью

270. К недостаткам прямых зарубежных инвестиций относят:

- a)) более высокий уровень подверженности политическим рискам
- b) финансовые рынки
- c) строительные риски
- d) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- e) потенциальные проблемы в сфере связей с общественностью

271. К недостаткам прямых зарубежных инвестиций относят:

- a)) уязвимость к ограничениям на прямые иностранные инвестиции
- b) финансовые рынки
- c) строительные риски
- d) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- e) потенциальные проблемы в сфере связей с общественностью

272. К недостаткам прямых зарубежных инвестиций относят:

- a)) более сложная система управления
- b) финансовые рынки
- c) строительные риски
- d) вероятность непреднамеренной передачи партнеру собственного опыта и методов работы компании
- e) потенциальные проблемы в сфере связей с общественностью

273. Если компания продает свою продукцию отечественному заказчику, который, в свою очередь, экспортирует продукцию на зарубежные рынки, то имеет место:

- a)) косвенный экспорт
- b) прямой экспорт

- c) внутрикорпоративный обмен
- d) лицензирование
- e) франчайзинг

274. В случае непосредственной продажи товаров заказчиком, расположенным за пределами страны компании, то имеет место:

- a)) прямой экспорт
- b) косвенный экспорт
- c) внутрикорпоративный обмен
- d) лицензирование
- e) франчайзинг

275. Продажа товаров или услуг компанией расположенной в одной стране, другим компаниям, входящим в ту же корпорацию, расположенным в других странах, то имеет место:

- a)) внутрикорпоративный обмен
- b) косвенный экспорт
- c) прямой экспорт
- d) лицензирование
- e) франчайзинг

276. Занимаются поиском заказов от отечественных клиентов, как правило, в обмен на получение комиссионного вознаграждения:

- a)) торговые агенты промышленных компаний
- b) экспортные агенты промышленных компаний
- c) брокеры по экспортно-импортным операциям
- d) транспортно-экспедиционные агентства
- e) компания по управлению экспортом

277. Действуют в качестве зарубежных экспортных подразделений отечественных промышленных компаний, продавая их продукцию на зарубежных рынках:

- a)) экспортные агенты промышленных компаний
- b) торговые агенты промышленных компаний
- c) брокеры по экспортно-импортным операциям
- d) транспортно-экспедиционные агентства
- e) компания по управлению экспортом

278. Выступают посредниками при заключении сделок между международными компаниями по закупке и продаже стандартизированных потребительских товаров:

- a)) брокеры по экспортно-импортным операциям
- b) торговые агенты промышленных компаний
- c) экспортные агенты промышленных компаний
- d) транспортно-экспедиционные агентства
- e) компания по управлению экспортом

279. Специализируются на организации перевозок экспортно-импортных грузов, оформление таможенных документации и привлечении транспортных услуг для своих клиентов:

- a)) транспортно-экспедиционные агентства
- b) торговые агенты промышленных компаний
- c) экспортные агенты промышленных компаний
- d) брокеры по экспортно-импортным операциям
- e) компания по управлению экспортом

280. Компания, которая действует в качестве экспортного отдела клиента это:

- a)) компания по управлению экспортом
- b) торговые агенты промышленных компаний

- c) экспортные агенты промышленных компаний
- d) брокеры по экспортно-импортным операциям
- e) транспортно-экспедиционные агентства

281. Самый сложный способ проникновения на зарубежные рынки:

- a)) прямые зарубежные инвестиции
- b) контрактное производство
- c) управленческие контракты
- d) строительство объектов под ключ
- e) франчайзинг

282. Позволяет компании передавать процесс физического изготовления продукции на внешний подряд, концентрируя собственные ресурсы на других элементах цепочки создания ценности:

- a)) контрактное производство
- b) прямые зарубежные инвестиции
- c) управленческие контракты
- d) строительство объектов под ключ
- e) франчайзинг

283. Одна компания за определенное денежное вознаграждение предоставляет специализированные услуги другой компании:

- a)) управленческие контракты
- b) прямые зарубежные инвестиции
- c) контрактное производство
- d) строительство объектов под ключ
- e) франчайзинг

284. Одна компания полностью своим силами проектирует, строит и оборудует тот или иной объект для другой компании:

- a)) строительство объектов под ключ
- b) прямые зарубежные инвестиции
- c) контрактное производство
- d) управленческие контракты
- e) франчайзинг

285. Формирование единого государственного образования на базе осуществления, как политической, так и экономической интеграции между странами:

- a)) политический союз
- b) экономический союз
- c) общий рынок
- d) таможенный союз
- e) зона свободной торговли

286. Обеспечивает полную интеграцию экономики двух или более стран:

- a)) экономический союз
- b) политический союз
- c) общий рынок
- d) таможенный союз
- e) зона свободной торговли

287. Устранение барьеров, ограничивающих движение факторов производства между странами – членами:

- a)) общий рынок
- b) экономический союз
- c) политический союз
- d) таможенный союз
- e) зона свободной торговли

288. Ведение общей торговой политики по отношению к странам, не входящим в:

- a)) таможенный союз
- b) экономический союз
- c) общий рынок
- d) политический союз
- e) зона свободной торговли

289. Отмена тарифов и устранение торговых барьеров на пути торговли между странами – членами:

- a)) зона свободной торговли
- b) экономический союз
- c) общий рынок
- d) таможенный союз
- e) политический союз

290. В каком году было подписано соглашение ГАТТ:

- a)) 1947
- b) 1948
- c) 1949
- d) 1951
- e) 1956

291. В каком году миссия ГАТТ была возложена на ВТО:

- a)) 1995
- b) 1996
- c) 1997
- d) 2000

е) 2001

292. Какие страны подписали соглашение NAFTA и когда

- a)) США, Канада, Мексика январь 1994
- b) США, Канада январь 1995
- c) США, Мексика февраль 1995
- d) США, Колумбия февраль 1996
- e) Канада, Мексика, Колумбия январь 2000

293. Экспортирующая фирма получает от импортера деньги еще до того, как отгрузить свой товар:

- a)) авансовый платеж
- b) открытый счет
- c) документальное инкассо
- d) аккредитив
- e) встречная торговля

294. Экспортер отправляет, а импортер получает товар до того, как произведен расчет

- a)) открытый счет
- b) авансовый платеж
- c) документальное инкассо
- d) аккредитив
- e) встречная торговля

295. Коммерческие банки выступают в качестве агентов, способствующих процессу платежа:

- a)) документальное инкассо
- b) открытый счет
- c) авансовый платеж

- d) аккредитив
- e) встречная торговля

296. Документ, выдаваемый банком и содержащий обязательство заплатить экспортеру при получении подтверждения того, что тот выполнил все требования, содержащиеся в этом документе:

- a)) аккредитив
- b) открытый счет
- c) авансовый платеж
- d) документальное инкассо
- e) встречная торговля

297. Фирма в качестве оплаты за свои товары или услуги принимает не деньги, а что-то другое:

- a)) встречная торговля
- b) открытый счет
- c) авансовый платеж
- d) документальное инкассо
- e) аккредитив

298. К формам встречной торговле не относится:

- a)) кредитные карты
- b) встречная покупка
- c) обратный выкуп
- d) офсетные сделки
- e) схема переключения

299. Выдав аккредитив, банк импортера отправляет его и сопроводительную документацию банку экспортера, который извещает своего клиента об условиях аккредитива:

- a)) авизованный аккредитив
- b) подтвержденный аккредитив
- c) безотзывной аккредитив
- d) отзывной аккредитив
- e) простой аккредитив

300. Экспортер может попросить свой банк добавить к аккредитиву собственные гарантии оплаты:

- a)) подтвержденный аккредитив
- b) авизованный аккредитив
- c) безотзывной аккредитив
- d) отзывной аккредитив
- e) простой аккредитив