

# 2423 Strateji menecment Rus-700 testinin suallari

## Fənn : 2423 02\_Strateji menecment

1 Организация – это:

- ☐ субъект управления.
- ☐ функция системы управления;
- ☐ вид деятельности
- ☐ система управления;
- ☒ отдельное юридическое лицо, осуществляющее деятельность;

2 Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия). Достичь наивысшей производительности труда при производстве всех (или определенных) видов продукции. К какой подсистеме относится данная цель

- ☐ маркетинг
- ☐ финансы;
- ☐ менеджмент;
- ☐ научно-исследовательские разработки
- ☒ производство;

3 Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия). Выйти на первое место по продаже продукции ( определенного вида) на рынке. К какой подсистеме относится данная цель

- ☐ финансы
- ☐ научно-исследовательские разработки (инновации)
- ☒ маркетинг
- ☐ производство
- ☐ менеджмент

4 Определение миссии в узком понимании О.С. Виханского:

- ☒ сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация;
- ☐ предназначение организации, определение ее роли в обществе, экономике
- ☐ четко выраженная общая цель деятельности организации;
- ☐ конечная цель организации
- ☐ цель, для которой организация существует и которая должна быть выполнена в плановом периоде

5 Руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы, не сама цель, а скорее, чувство основной цели фирмы – это

- ☐ пла
- ☐ миссия
- ☒ видение
- ☐ политика;
- ☐ тактика;

6 Перефразируя П. Друкера, И. Ансофф пишет: "Стратегическое планирование – это управление по планам, а стратегический менеджмент- это управление по

- ☐ ориентирам

- ☐ целям
- ☐ программам
- ☐ проектам
- ☒ результатам

7 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: стратегические, тактические, оперативные:

- ☐ среда
- ☐ содержание
- ☒ период установления
- ☐ сфера действия
- ☐ структурные

8 Главная цель управления знаниями в организации – это

- ☐ создание новых компетенций;
- ☐ упорядочение знаний, которыми обладают сотрудники организации;
- ☒ создание новых и более мощных конкурентных преимуществ;
- ☐ все предыдущие ответы верны
- ☐ создание новых знаний

9 . Что это за определение стратегического менеджмента: "выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм"?

- ☐ целевые установки
- ☐ потенциал
- ☒ миссии
- ☐ цель.
- ☐ сцена;

10 Что это за определение стратегического менеджмента: "долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии" ?

- ☐ сцена
- ☒ целевые установки
- ☐ миссия
- ☐ потенциал

11 Миссия организации: а) дает конкретные указания относительно вида и сроков деятельности ; б) задает основные направления движения организации; ; в) определяет отношение организации к процессам внутри и вовне ее; г) определяет стратегию; д) определяет видение.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 2, 3
- ☐ 4, 2
- ☐ 2,3, 5

12 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: проектирование и создание объекта, рост объекта, зрелость объекта, завершение жизненного цикла объекта:

- ☐ среда
- ☐ период установления
- ☒ стадии жизненного цикла
- ☐ все вместе
- ☐ содержание ;

13 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: организация, подразделения

- ☐ среда
- ☒ иерархия
- ☐ содержание;
- ☐ все вместе.
- ☐ структурные

14 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: стратегические, тактические, оперативные

- ☒ период установления
- ☐ структурные
- ☐ содержание
- ☐ все вместе взятое
- ☐ среда;

15 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: экономические, организационные, научные, социальные, технические, политические:

- ☒ содержание
- ☐ структурные
- ☐ период установления
- ☐ все вместе.
- ☐ среда

16 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: маркетинговые, инновационные, кадровые, производственные, финансовые, административные

- ☒ структурные
- ☐ содержание ;
- ☐ период установления ;
- ☐ все вместе.
- ☐ среда

17 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: внутренние, внешние.

- ☒ среда
- ☐ содержание
- ☐ период установления

- ☐ все вместе
- ☐ структурные;

18 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: особо приоритетные, приоритетные, прочие

- ☒ период установления
- ☐ структурные;
- ☐ период установления
- ☐ все вместе
- ☐ среда;

19 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: количественные, качественные

- ☒ измеримость;
- ☐ содержание
- ☐ период установления
- ☐ все вместе.
- ☐ структурные;все вместе.

20 Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: постоянные (повторяющиеся), разовые

- ☒ повторяемость
- ☐ содержание
- ☐ период установления
- ☐ все вместе
- ☐ измеримость

21 По очередности достижения цели делятся на

- ☒ краткосрочные, промежуточные и долгосрочные
- ☐ конкурирующие, независимые и дополнительные
- ☐ большие и малые
- ☐ быстродостижимые.
- ☐ экономические и неэкономические;

22 Цель организации- это:

- ☒ конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремиться добиться группа, работая вместе
- ☐ предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должны быть;
- ☐ философия и предназначение, смысл существования организации;
- ☐ спланированная работа.
- ☐ выполнена заранее уствновленным способом в заранее оговоренные сроки;

23 . Цели, отражающие концепцию развития фирмы и разрабатывающиеся на длительную перспективу – это:

- ☒ общие;
- ☐ специфические;
- ☐ стратегические

- ☐ тактические.
- ☐ перспективные;

24 Исходный этап процесса стратегического управления:

- ☒ анализ среды
- ☐ определение целей фирмы
- ☐ определение миссии фирмы;
- ☐ определение видения фирмы.
- ☐ выработка стратегий поведения фирмы на рынке;

25 Какое из нижеприведенных определений характеризует цели организации:

- ☐ реализация планов организации;
- ☐ разработка оперативных планов.
- ☒ конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе
- ☐ предписанная работа, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки;
- ☐ философия и предназначение, смысл существования организации;

26 По очередности достижения цели делятся на:

- ☐ конкурирующие, независимые и дополнительные
- ☒ краткосрочные, промежуточные и долгосрочные;
- ☐ стимулирующие;
- ☐ большие и малые
- ☐ экономические и неэкономические.

27 Что это за определение стратегического менеджмента: "долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии"?

- ☒ целевые установки;
- ☐ сцена;
- ☐ потенциал
- ☐ видение.
- ☐ миссия;

28 Философия организации – это

- ☒ основные принципы и смысл предпринимательской деятельности организации
- ☐ то же, что и миссия.
- ☐ качественные цели развития организации;
- ☐ программа развития организации.
- ☐ задачи и принципы развития организации;

29 Характеристики, которыми должны обладать цели: 1) измеримость; 2) определенность во времени, сроках достижения; 3) достижимость; 4) конкретность; 5) согласованность.

- ☒ 1, 2, 3, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

30 Руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы, не сама цель, а

скорее чувство основной цели фирмы это:

- ☒ видение;
- ☐ тактика
- ☐ политика;
- ☐ план.
- ☐ миссия

31 Что это за определение стратегического менеджмента: "долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии" ?

- ☐ видение.
- ☐ миссия
- ☒ целевые установки
- ☐ потенциал;
- ☐ сцена;

32 Цели, отражающие концепцию развития фирмы и разрабатываемые на длительную перспективу – это:

- ☒ общие
- ☐ специфические;
- ☐ стратегические;
- ☐ тактические
- ☐ перспективные;

33 Миссия организации сформулирована следующим образом; "Организация существует для производства товаров и услуг с целью получения дохода от их реализации". Такая формулировка миссии характерна для

- ☒ оперативного управления;
- ☐ целевого управления
- ☐ стратегического управления;
- ☐ долгосрочного управления.
- ☐ тактического управления;

34 Определите критерий классификации целей по данной группе: Количественные, Качественные

- ☒ измеримость
- ☐ содержание
- ☐ период установления
- ☐ приоритетность
- ☐ структурные

35 Организационная культура – это:

- ☒ совокупность разделяемых персоналом ценностей идей и норм
- ☐ закрепленный приказом регламент деятельности персонала;
- ☐ этикет и правила поведения, принятые в фирме
- ☐ норматив поведения в организации
- ☐ правила поведения;

36 Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это

- ☒ корпоративная стратегия
- ☐ бизнес-стратегия;
- ☐ функциональная стратегия
- ☐ конкурентная стратегия.
- ☐ стратегия;

37 Основные элементы организационной культуры: 1) ценности, социальные установки; 2) уровни иерархии; 3) нравственные принципы и деловая этика; 4) методы мотивации работников; 5) стиль руководства

- ☒ 1, 3, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

38 Что такое коммуникационные сети

- ☒ соединение участников коммуникационного процесса
- ☐ информация и коммуникации в управлении
- ☐ совокупность управленческой информации ;0
- ☐ коммуникационные связи.
- ☐ совокупность участников процесса коммуникации;

39 Каковы основные составляющие организационной культуры

- ☒ философия, ценности, нормы поведения
- ☐ деловой этикет и культура общения менеджера
- ☐ цели, люди управление
- ☐ принципы, методы и законы поведения.
- ☐ субъекты, объекты, связи управления

40 Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это

- ☒ корпоративная стратегия;
- ☐ бизнес-стратегия;
- ☐ функциональная стратегия;
- ☐ генерическая стратегия.
- ☐ стратегия;

41 Какие из следующих положений характерны для принципов управления персоналом в рамках стратегического управления: 1) работники – это ресурс организации; 2) персонал – это исполнители отдельных работ и функций; 3) работники – основа организации; 4) работники – основная ценность организации; 5) персонал – это источник благополучия фирмы

- ☒ 3, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 3, 5

42 Эффективность деятельности и управления предприятием определяется прибыльностью и рациональностью использования производственного потенциала. Такая оценка эффективности характерна для:

- ☒ оперативного управления;
- ☐ текущего управления;
- ☐ стратегического управления
- ☐ бюджетного планирования
- ☐ долгосрочного управления;

43 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли ("ближнее окружение"). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды

- ☒ основные экономические характеристики отрасли;
- ☐ сильные и слабые конкуренты
- ☐ формы и интенсивность конкуренции
- ☐ компетенции.
- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе

44 Для школы человеческих отношений характерны:

- ☒ содержательные теории мотивации
- ☐ теория справедливости Адамса
- ☐ процессуальные теории мотивации;
- ☐ теория А. Маслоу
- ☐ теория ожидания

45 . Кто предлагает рассматривать внимание менеджера как ограниченный ресурс, влияющий на процесс принятия управленческих решений.

- ☒ Г. Саймон;
- ☐ Б. Карлофф
- ☐ М. Портер;
- ☐ Д.Чандлер.
- ☐ П. Друкер

46 Что является предметом труда работников управления ?

- ☒ информация;
- ☐ готовая продукция
- ☐ сырье, материалы
- ☐ решения.
- ☐ ресурсы;

47 Как называется данный принцип "Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения ее целей. Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач" ?

- ☒ научность
- ☐ экономичность и эффективность
- ☐ разделение труда
- ☐ кооперация труда
- ☐ единство направления

48 Как называется данный принцип "нацелено на выполнение работы, большей по объему и лучшей по качеству, при одних и тех же условиях"?



- ☒ разделение труда
- ☐ единство направления
- ☐ экономичность и эффективность
- ☐ кооперация труда
- ☐ выделение доминанты развития;

49 Раздел стратегического плана предприятия, в котором находят отражение показатели объема производства продукции в целом и по видам:

- ☒ НИОКР
- ☐ трудовые ресурсы
- ☐ маркетинг
- ☐ производство
- ☐ финансовые ресурсы

50 Предприятие – это

- ☐ физическое лицо
- ☐ ни одно из них
- ☐ контактное лицо
- ☒ юридическое лицо
- ☐ все перечисленное

51 Предприятие утверждается согласно

- ☒ закону
- ☐ постановлению суда
- ☐ договоренности
- ☐ решению суда
- ☐ сговору

52 Предприятие выступает в хозяйственной практике

- ☒ от собственного имени
- ☐ от имени юриста
- ☐ от имени покупателя
- ☐ от имени физического лица
- ☐ от имени конкурента

53 Предприятие имеет

- ☒ все перечисленное
- ☐ определенную структуру
- ☐ устав
- ☐ оформленность
- ☐ имущество

54 Цели организации должны:

- ☒ четко и конкретно фиксировать конечное состояние
- ☐ задавать конкретные сроки выполнения
- ☐ задавать общие направления функционирования организации ;
- ☐ определять планы организации.
- ☐ определять ответственных за достижение определенных целей;

55 По очередности достижения цели делятся на...

- ☒ краткосрочные, промежуточные и долгосрочные
- ☐ конкурирующие
- ☐ большие и малые
- ☐ экономические и неэкономические
- ☐ независимые

56 Что это за определение стратегического менеджмента: "долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии" ?

- ☒ целевые установки
- ☐ сцена
- ☐ потенциал
- ☐ видение.
- ☐ миссия

57 Цели разрабатываемые в рамках общих целей по основным видам деятельности в каждом производственном отделении фирмы и выражающиеся в количественных и качественных показателях – это:

- ☒ специфические
- ☐ общие
- ☐ стратегические;
- ☐ тактические.
- ☐ перспективные

58 Миссия организации – это:

- ☒ концепция смысла существования организации;
- ☐ качественно выраженная совокупность основных целей и предпринимательских намерений
- ☐ основная характеристика продукции бизнеса
- ☐ программа развития организации.
- ☐ философия организации;

59 Целеполагание организации включает:

- ☒ определение бизнеса, основных целей и корпоративной философии;
- ☐ процессы разработки миссии, целей и стратегий организации
- ☐ установление основных целей;
- ☐ определение долгосрочных целей организации.
- ☐ определение миссии организации

60 Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это

- ☒ стратегия
- ☐ бизнес-стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☐ корпоративная стратегия
- ☐ наступательная стратегия:

61 Что это за определение стратегического менеджмента: "выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм"?

- ☒ миссия
- ☐ сцена;
- ☐ потенциал;
- ☐ видение
- ☐ целевые установки;

62 Цели, отражающие концепцию развития фирмы и разрабатываемые на длительную перспективу – это:

- ☒ общие
- ☐ специфические
- ☐ стратегические
- ☐ долгосрочные.
- ☐ перспективные;

63 Цели, разрабатываемые в рамках общих целей по основным видам деятельности в каждом производственном отделении фирмы и выражающиеся в количественных и качественных показателях – это:

- ☐ общие;
- ☐ тактические
- ☐ перспективные;
- ☐ стратегические
- ☒ специфические;

64 . Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия); Обеспечить условия, необходимые для развития творческого потенциала работников в повышении уровня удовлетворенности в заинтересованности в работе. К какой подсистеме относится данная цель?

- ☒ персонал;
- ☐ научно-исследовательские разработки (инновации);
- ☐ маркетинг
- ☐ производство
- ☐ менеджмент

65 Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия). Сохранять и поддерживать на необходимом уровне все виды финансовых ресурсов. К какой подсистеме относится данная цель

- ☒ финансы
- ☐ научно-исследовательские разработки (инновации)
- ☐ маркетинг
- ☐ производство.
- ☐ менеджмент

66 Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия); Завоевать лидерские позиции по вводу новых видов продукции (услуг), используя на исследования и разработки определенный процент доходов от объема реализации (продаж). К какой подсистеме относится данная цель ?

- ☐ производство.
- ☐ менеджмент
- ☐ финансы;
- ☐ маркетинг
- ☒ научно-исследовательские разработки (инновации);.

67 К числу стратегических решений можно отнести: 1) реконструкцию предприятия; 2) внедрение новой технологии; 3) пересмотр условий постановки; 4) выход на новые рынки сбыта; 5) приобретение, слияние предприятий.

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

68 Маркетинговый подход в стратегическом управлении предполагает:

- ☒ осуществление маркетинга как интегрирующей функции управления, реализующей рыночную ориентацию для всех видов деятельности организации, участвующих в цепочке создания ценностей
- ☐ базирование управления на результатах анализа и прогноза сильных и слабых сторон окружающей среды, а также существенных условий собственной деятельности организации и деятельности конкурентов
- ☐ ориентацию на учет интересов поставщика при планировании новых видов продукции
- ☐ ориентация на потребителя
- ☐ концентрацию исключительно на конкретном потребителе как центре приложения всех усилий

69 Маркетинговая стратегия представляет собой

- ☒ воплощение комплекса принципов, с помощью которых формируются конкретные цели маркетинга на определенный период и организуется достижение этих целей с учетом возможностей конкретного субъекта
- ☐ комплекс планов изучения рынка, формирования товарного ассортимента, ценовой политики, коммуникационной и сбытовой деятельности
- ☐ комплекс приемов поведения предпринимателей на рынке
- ☐ выбор рынка
- ☐ результат целенаправленной работы профессионалов-маркетологов по формированию цепочки ценностей для потребителя

70 Профессионально сделанная маркетинговая стратегия гарантирует фирме:

- ☒ завоевание максимальной доли рынка
- ☐ единственно возможный путь достижения наибольших коммерческих выгод
- ☐ правильный базовый выбор рыночных целей организации и основных средств их достижения, с определенными запасными вариантами
- ☐ максимальную реализацию товара
- ☐ непротиворечивость решений конкретных управленческих проблем и оптимальное достижение поставленных целей организации на рынке

71 Чем отличается тактический план от операционного:

- ☒ тактические планы разрабатываются для реализации стратегических планов, но с учетом конкретных условий сегодняшнего дня, а операционные определяют последовательность и механизмы осуществления отдельных действий
- ☐ операционные и тактические планы – это одно и то же
- ☐ тактический план шире операционного, позволяет осуществить стратегические цели
- ☐ тактический план реализуется всегда, а операционный нет
- ☐ операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические – достигать отдельные тактических целей

72 Достичь наивысшей производительности труда при производстве всех (или определенных) видов продукции. К какой подсистеме относится данная цель?

- ☒ производство

- ☐ финансы
- ☐ маркетинг
- ☐ инновации
- ☐ менеджмент

73 В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать....

- ☒ на желаемый результат
- ☐ сферу приложения усилий
- ☐ на его обязанности
- ☐ на его обязанности и сферу приложения усилий в комплексе
- ☐ его обязанности и сферу приложения усилий, на желаемый результат

74 Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

- ☒ стратегия
- ☐ бизнес-стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☐ генерическая стратегия
- ☐ корпоративная стратегия

75 Какова последовательность действий в рамках стратегического управления

- ☒ определение миссии – выбор стратегии – определение целей
- ☐ выбор стратегии – определение миссии – определение целей
- ☐ определение целей – определение миссии – выбор стратегии
- ☐ выбор стратегии, видения, миссии
- ☐ определение миссии – определение целей – выбор стратегии

76 Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что.....

- ☐ окружение высокотурбулентно
- ☐ окружение не будет изменяться
- ☒ в окружении постоянно будут происходить изменения
- ☐ окружение стабильно
- ☐ в окружении не будет происходить качественные изменения

77 Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если на рассматриваемом уровне "совокупность взглядов, знаний о явлениях окружающего мира. Этот уровень образуют такие науки как философия, математика, теория информации и др.", то это уровень

- ☐ общенаучный
- ☒ общеполитический
- ☐ конкретная методология наук
- ☐ междисциплинарной.
- ☐ методология, методика и технология стратегического управления

78 Что не входит в составные элементы процесса "стратегическое планирование" 1) определение миссии предприятия; 2) формирование целей и задач предприятия; 3) реализация стратегии; 4) анализ и оценка внешней и внутренней среды; 5) анализ видов стратегии.

- ☒ 1, 2, 4

- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

79 Последовательность, в которой должны отражаться этапы процесса стратегического планирования: 1) миссия предприятия; 2) цели предприятия; 3) стратегический анализ; 4) концепция общей стратегии; 5) планирование.

- ☒ 1, 2, 3, 4, 5
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

80 Если важное место отводится анализу перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции, то это:

- ☒ стратегическое планирование;
- ☐ стратегическое управление;
- ☐ среднесрочное планирование;
- ☐ оперативное планирование
- ☐ долгосрочное планирование;

81 При стратегическом управлении планы организации:

- ☒ позволяют организации реагировать на изменения в окружении;
- ☐ базируются на четко известном и неизменном конечном состоянии;
- ☐ предусматривают только конкретные действия в настоящем и будущем;
- ☐ не позволяют организации реагировать на изменения в окружении.
- ☐ фиксируют желаемое в будущем состояние организации;

82 Что является характерным для менеджеров при стратегическом управлении: 1) ориентация внутри организации; 2) поиск путей более эффективного использования ресурсов; 3) поиск новых возможностей в конкурентной борьбе; 4) отслеживание и адаптация к изменениям в окружении; 5) ориентация на внешнюю среду.

- ☒ 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 3, 5

83 Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если рассматривается уровень "дает понимание общих подходов, принципов, форм организации системы. Этот уровень образуют науки: теория систем, кибернетика, теория организации и др.", то это уровень

- ☒ методология, методика и технология стратегического управления;
- ☐ общефилософский;
- ☐ конкретная методология наук;
- ☐ динамический.
- ☐ общенаучный

84 Что это за определение стратегического менеджмента: "источник формирования конкурентного преимущества организации"

- ☒ потенциал;
- ☐ целевые установки
- ☐ сцена
- ☐ видение
- ☐ миссия

85 Что представляет собой уровень управления ?

- ☒ степень подчиненности и ответственности
- ☐ вид руководства
- ☐ вид ответственности
- ☐ вид деятельности.
- ☐ вид подчиненности;

86 как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: "реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы"

- ☐ управление на основе контроля за исполнением
- ☐ планирование на основе экстраполяции?
- ☐ управление на основе предвидения изменений
- ☐ долгосрочное планирование
- ☒ управление на основе гибких экстренных решений;

87 Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: "начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии (стратегическое планирование"

- ☒ управление на основе предвидения изменений
- ☐ управление на основе контроля за исполнением
- ☐ долгосрочное планирование;
- ☐ тактическое планирование.
- ☐ управление на основе гибких экстренных решений

88 Если будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста, то это

- ☒ долгосрочное планирование;
- ☐ среднесрочное планирование
- ☐ стратегическое планирование
- ☐ стратегическое управление
- ☐ тактическое планирование

89 Какой процесс является исходным в стратегическом управлении организацией

- ☒ анализ среды
- ☐ определение целей
- ☐ определение миссии
- ☐ видения.
- ☐ выбор стратегии;

90 Если будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста, то это

- ☒ долгосрочное планирование
- ☐ среднесрочное планирование
- ☐ стратегическое планирование;
- ☐ текущее планирование
- ☐ тактическое планирование

91 Определите последовательность этапов в развитии корпоративного управления: 1) стратегическое планирование; 2) бюджетирование; 3) долгосрочное планирование; 4) оперативное планирование; 5) стратегический менеджмент

- ☒ 2, 3, 1, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

92 . Три основные элемента, составляющие процесс стратегического менеджмента

- ☒ стратегический контроль и регулирование, реализация стратегии, стратегическое планирование
- ☐ анализ видов стратегии, составление стратегического плана, стратегический менеджмент;
- ☐ определение миссии предприятия, формирование целей и задач предприятия, анализ и оценка внешней и внутренней среды.
- ☐ анализ внешней среды, составление стратегического плана
- ☐ анализ видов стратегии, стратегический менеджмент, реализация стратегии

93 62. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: "складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть (стратегическое управление в реальном масштабе времени)"

- ☒ управление на основе контроля за исполнением;
- ☐ управление на основе предвидения изменений
- ☐ долгосрочное планирование;
- ☐ тактическое планирование
- ☐ управление на основе гибких экстренных решений;

94 Что понимается под парадигмой управления:

- ☒ система взглядов на управление, сформированная на базе оснополагающих научных идей и результатов и восприятия практикой управления;
- ☐ практика управления
- ☐ совокупность научных школ и подходов к управлению
- ☐ система организационных отношений
- ☐ позиция организации

95 Что понимается под целями организации:

- ☒ ключевые результаты к которым стремится организация в своей деятельности
- ☐ линия деятельности организации;
- ☐ основные направления деятельности организации
- ☐ стержневые результаты деятельности организации
- ☐ количественные результаты деятельности организации;



96 Что это за определение стратегического менеджмента: "процесс, посредством которого осуществляется взаимодействие организации с ее окружением"?

- ☒ стратегическое управление
- ☐ стратегия
- ☐ стратегическое планирование
- ☐ долгосрочное планирование
- ☐ стратегический менеджмент

97 Что это за определение: "комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры.

- ☒ стратегическое планирование
- ☐ стратегия
- ☐ стратегическое управление
- ☐ долгосрочное планирование
- ☐ стратегический менеджмент

98 Стратегия организации – это:

- ☒ основное направление развития и деятельности организации
- ☐ генеральная программа организации на перспективу с учетом приоритетов задач, ресурсов и действий
- ☐ то же, что и цели организации
- ☐ определение видов бизнеса
- ☐ долгосрочное планирование

99 Стратегия организации это:

- ☐ практическое использование методологии стратегического управления;
- ☐ деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка);
- ☒ генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
- ☐ реализация программы деятельности организации в рыночных условиях.
- ☐ обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов;

100 Что это за определение: "комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития" ?

- ☐ стратегия;
- ☐ стратегический менеджмент;
- ☐ стратегическое управление;
- ☐ бюджетирование.
- ☒ стратегическое планирование;

101 Что это за определение стратегического менеджмента: "процесс, посредством которого осуществляется взаимодействие организации с ее окружением"

- ☐ бюджетирование.
- ☐ стратегия
- ☐ стратегическое планирование

- ☒ стратегическое управление  
☐ стратегический менеджмент

102 Стратегическое управление – это управление в социальноэкономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если "управление рассматривается как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определенных результатов", то какая это сторона управления

- ☐ процессная;  
☒ функциональная  
☐ элементная;  
☐ ситуационная;  
☐ другая сторона.

103 выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если рассматривается "совокупность знаний об управлении в социально-экономических системах (статистика, менеджмент, социология, право, макроэкономика, микроэкономика, теория управления и др.)", то это уровень

- ☐ общефилософский;  
☒ общенаучный;  
☐ конкретная методология наук  
☐ методология, методика и технология стратегического управления;  
☐ системный

104 45. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если на рассматриваемом уровне "управление наиболее приближено к практической деятельности и призвано реализовать достижения других наук", то это уровень

- ☐ общенаучный  
☐ общефилософский;  
☐ общественный ответ  
☐ методология, методика и технология стратегического управления;  
☒ конкретная методология наук;

105 Выберите важнейшие вопросы, в ответе на которые, заключается сущность стратегического управления: 1) в каком положении предприятие находится в настоящее время; 2) какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к пред-приятию; 3) реальны ли установленные перспективные цели; 4) в каком бы положении оно хотело бы находиться через три, пять, десять лет; 5) каким способом достигнуть желаемого положения

- ☒ 1, 4, 5  
☐ 1, 2, 3  
☐ 2, 3, 5  
☐ 3, 5  
☐ 4, 2

106 К числу стратегических решений можно отнести: 1) реконструкцию предприятия; 2) внедрение новой технологии; 3) пересмотр условий поставки; 4) выход на новые рынки сбыта; 5) приобретение, слияние предприятий.

- ☐ 1, 2, 3  
☐ 3, 5  
☐ 2, 3, 5  
☐ 4, 2

☒ 1, 2, 4, 5

107 Как и любой процесс управления, стратегическое управление включает этапы; стратегический анализ; стратегический выбор (собственно планирование); реализация стратегии (реализация принятого решения). Реализация стратегии – это?

- ☐ прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к ее изменениям;
- ☐ высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами;
- ☒ разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии;
- ☐ прогнозирование изменений в организации.
- ☐ формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации;

108 И. Ансофф пишет: "Стратегическое планирование – это управление по планам, а стратегический менеджмент – это управление ....":

- ☐ программам
- ☐ ориентирам
- ☒ результатам
- ☐ проектам
- ☐ целям

109 Какими особенностями характеризуются стратегические решения ? 1) инновационны по своей природе; 2) направлены на задачи; 3) неопределенны по своей природе; 4) субъективны по своей природе; 5) объективны по своей природе;

- ☐ 3,5
- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 1,3, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 2,3, 5

110 В каком разделе стратегического плана рассматриваются вопросы анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, классификации и анализа конкурентов, планирования сбыта и товародвижения, планирования рекламной компании:

- ☐ стратегический организационный план
- ☐ миссия и стратегические цели предприятий
- ☒ стратегический план маркетинга
- ☐ стратегический план производства
- ☐ стратегический анализ

111 Что из перечисленного является характерными признаками стратегического управления: 1) видение долгосрочной перспективы организации; 2) ориентация деятельности на запросы потребителей; 3) опора на человеческий потенциал как стержень организации, ее основную ценность; 4) осуществление гибкого реагирования на изменения во внешней среде; 5) ориентация на выживание и достижение целей организации в долгосрочной перспектив

- ☐ 3,5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 4,2
- ☐ 2,3, 5

112 Какие из приведенных позиций относятся к функциям стратегического планирования: 1) содержит основные проблемы организации; 2) является наиболее долгосрочным по сравнению с другими видами планирования; 3) определяет технологию производства продукции; 4) придает деятельности организации в разные периоды стройность и внутреннее единство; 5) заставляет высшее руководство организации активизировать свою работу

- ☐ 3,5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 4,2
- ☐ 2,3, 5

113 Основными элементами стратегического управления являются:

- ☒ стратегическое планирование, реализация стратегии, стратегический контроль
- ☐ стратегическое планирование и тактическое планирование
- ☐ субъекты и объекты стратегического управления
- ☐ бюджетирование и стратегическое планирование
- ☐ менеджмент, маркетинг, бенчмаркинг

114 Стратегический менеджмент- это:

- ☒ распространение менеджмента на долгосрочные цели и действия организации
- ☐ формирование стратегических направлений (зон) хозяйствования организации
- ☐ совершенствование стратегий организации
- ☐ управление бизнес- единицей
- ☐ долгосрочное планирование

115 Стратегический менеджмент относится только:

- ☒ к высшему руководству организации
- ☐ всем уровням руководства (менеджмента) организации
- ☐ уровням стратегических зон хозяйствования
- ☐ к тактическому уровню
- ☐ к среднему уровню

116 Эволюционное развитие из стратегического планирования, которое составляет его сущностную основу, это:

- ☒ стратегическое управление
- ☐ среднесрочное планирование
- ☐ стратегическое планирование
- ☐ тактическое планирование
- ☐ долгосрочное планирование

117 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип "Организация, действующая в динамичных условиях внешней среды, должна обладать единством целей, интересов и принципов управления"?

- ☒ единство направления
- ☐ экономичность и эффективность
- ☐ разделение труда
- ☐ единоначалие
- ☐ выделение доминанты развития

118 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип "Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения ее целей. Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач"

- ☒ научность
- ☐ экономичность и эффективность
- ☐ разделение труда
- ☐ системность
- ☐ единство направления

119 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип "Разработка и реализация стратегии организации строится исходя из имеющихся ресурсов и нацелена на превышение результатов над затратами в определенном плановом периоде"

- ☐ рациональность
- ☐ выделение доминанты развития
- ☐ единство направления
- ☐ разделение труда
- ☒ экономичность и эффективность

120 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип "Интересы одного работника или группы работников не должны превалировать над интересами организации"

- ☒ подчиненность личных интересов общим
- ☐ единство направления
- ☐ разделение труда
- ☐ мотивации
- ☐ выделение доминанты развития

121 Позиции, по которым стратегический план отличается от других видов плана: 1) структура; 2) степень точности; 3) объем; 4) период действия; 5) цели.

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

122 Характерные черты стратегического планирования: 1) содержит совокупность глобальных идей развития фирмы; 2) устремлен на краткосрочную перспективу; 3) служит основой для любого другого вида планирования 4) предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период; 5) не обуславливает изучение внешней и внутренней среды хозяйствования.

- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

123 Верные определения: 1) стратегическое планирование более узкое понятие, чем стратегический менеджмент; 2) стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов; 3) стратегическое планирование – инструмент управления планами, а стратегический менеджмент – организационный инструмент; 4) стратегическое планирование – организационный инструмент, стратегический менеджмент – аналитический процесс; 5) в стратегическом планировании используются экономические и технологические переменные, а в стратегическом менеджменте, кроме того, учитываются психологические, социологические, социологические и политические факторы.

- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

124 Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы планирования себестоимости, доходов, прибыли, рентабельности и т. д.

- ☒ стратегический финансовый план
- ☐ стратегический организационный план
- ☐ базовая стратегия
- ☐ экономический план
- ☐ стратегический план производства

125 Стратегическое планирование – это:

- ☒ процесс разработки стратегии фирмы с конкретизацией в форме стратегического плана на длительный период времени; комплекс решений и действий по разработке стратегии, необходимых для достижения целей фирмы
- ☐ комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров
- ☐ стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения
- ☐ планирование стратегических альтернатив
- ☐ процесс определения стратегии

126 Раздел стратегического плана предприятия, в котором находят отражение показатели объема производства продукции в целом и по видам

- ☐ трудовые ресурсы
- ☐ ; общий раздел
- ☐ ; финансовые ресурсы
- ☐ маркетинг
- ☒ производство

127 Раздел стратегического плана предприятия, в котором рассматриваются вопросы концепции стратегического маркетинга, анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, классификации и анализа конкурентов, планирования сбыта и товародвижения, планирования рекламной кампании:

- ☒ стратегический план маркетинга
- ☐ стратегический анализ
- ☐ миссия и стратегические цели предприятия
- ☐ стратегический план производства
- ☐ стратегический организационный план

128 . Характерные особенности стратегических решений: 1) инновационны по своей природе; 2) направлены на решение конкретных задач; 3) неопределенны по своей природе; 4) субъективны по своей природе; 5) объективны по своей природе

- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

129 Стратегический менеджмент включает элементы всех предшествующих систем управления

- ☒ бюджетирование, стратегическое планирование, стратегическое управление
- ☐ прогнозирования, бюджетирования, перспективного планирования
- ☐ бюджетирования, перспективного и стратегического планирования
- ☐ долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегическое управление
- ☐ экстраполяция, бюджетирование, долгосрочное планирование

130 Важнейшие вопросы, в ответе на которые заключается сущность стратегического менеджмента: 1) в каком положении предприятие находится в настоящее время; 2) какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию; 3) реальны ли установленные цели; 4) в каком положении оно хотело бы находиться через три, пять, десять лет; 5) каким способом достигнуть желаемого.

- ☒ 1, 4, 5
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

131 Стратегическое управление включает этапы: стратегический анализ; стратегический выбор реализация стратегии. Стратегический анализ - это?

- ☐ разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии
- ☐ высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами
- ☒ прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к её изменениям
- ☐ разработка стратегических решений
- ☐ формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации

132 Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

- ☐ стратегическое управление
- ☐ стратегическое планирование
- ☒ СВОТ - анализ
- ☐ ПЕСТ – анализ
- ☐ стратегия

133 Какие из перечисленных характеристик относятся к сильным сторонам предприятия: 1) высокая квалификация кадров; 2) современная технология производства; 3) ограниченные финансовые ресурсы; 4) хорошая репутация у потребителей; 5) слабое представление о рынке

- ☐ 3,5
- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2,3, 5

134 Что лежит в основе перехода фирм к дивизиональной структуре

- ☐ креативные проекты
- ☐ разделение кадров
- ☒ диверсификация производства
- ☐ новое руководство
- ☐ новые инвестиции

135 Ситуационный анализ - это:

- ☐ анализ макросреды;
- ☒ ) анализ деятельности, проводимый в зависимости от сложившейся ситуации
- ☐ анализ ситуации, сложившейся внутри организации;
- ☐ анализ микросреды.
- ☐ анализ влияющих факторов и места предприятия в окружающем бизнес- пространстве

136 Результат анализа и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

- ☒ СВOT- анализ
- ☐ стратегия
- ☐ стратегическое планирование;
- ☐ управленческий анализ
- ☐ стратегическое управление

137 SWOT - анализ это

- ☒ анализ возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых;
- ☐ метод экстраполяции тенденции;
- ☐ функционально-стоимостной анализ;
- ☐ группировка факторов внешней среды на четыре вида: политические, экономические, социокультурные и технико-технологические.
- ☐ сторон организации;

138 Чем различаются STEP и SWOT-анализы

- ☒ )) предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP- анализа- только ее внешняя макросреда
- ☐ SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP- анализ - ее возможностей и внешних угроз
- ☐ SWOT-анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации;
- ☐ отличаются по периодичности выполнения.
- ☐ STEP- анализ - это разновидность качественного, а SWOT- количественного анализа

139 Перечислите что включает в себя SWOT-анализ? 1. анализ возможности организации и вероятных угроз 2. анализ сильных и слабых сторон организации 3. анализ макросистемы рынка 4. анализ микросистемы рынка 5. Все вместе взятое

- ☒ 1, 2



- ☐ 2, 3
- ☐ 1, 3
- ☐ 4, 2
- ☐ 3, 5

140 Что является предметом STEP-анализа?

- ☒ Макросреды
- ☐ конкуренты
- ☐ Поставщики
- ☐ Организация
- ☐ рынок

141 Что является предметом SWOT-анализа? 1. Конкуренты 2. внешняя среда 3. рынок 4. Внутренняя среда 5. Организация

- ☒ 2, 4
- ☐ 2, 3
- ☐ 1, 3
- ☐ 1, 2
- ☐ 3, 5

142 Что включает в себя SWOT-анализ? 1. анализ макросистемы рынка 2. анализ возможности организации и вероятных угроз 3. анализ внутренних ресурсов 4. Анализ внешних ресурсов 5. Анализ сильных и слабых сторон организации

- ☒ 2, 5
- ☐ 2, 3
- ☐ 1, 3
- ☐ 1, 2
- ☐ 3, 5

143 Что включает в себя микросреда? 1. Поставщиков 2. покупателей 3. кадры 4. конкурентов 5. Рынок рабочей силы

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 3, 4
- ☐ 3, 4
- ☐ 1, 2, 3, 5

144 Для чего нужен анализ покупателей?

- ☐ изучения рынка
- ☐ определения потребности покупателей
- ☐ определения покупательной способности
- ☒ Составления профиля покупателя
- ☐ Дифференциация продукта

145 Профиль составляется по следующим характеристикам: 1. Географическое местоположение 2. демографические характеристики 3. возрастные показатели 4. Социальные характеристики 5. Все вместе взятые

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 3

- ☒ 1, 2
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3

146 Профиль составляется по следующим характеристикам: 1. Географические местоположение 2. социально-психологические характеристики 3. возрастные показатели 4. Сфера деятельности 5. Отношение покупателя к продукту

- ☐ 1, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2, 3, 5

147 Для чего нужен анализ конкурентов? 1. Рынка 2. организации 3. изучения слабых сторон конкурентов 4. изучения сильных сторон конкурентов 5. Классификации конкурентов

- ☐ 1, 5
- ☐ 1, 2
- ☒ 3, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3

148 Конкурентная сила поставщика зависит от следующих факторов: 1. Уровень специализированности поставщика 2. стоимость ресурсов 3. степень специализированности покупателя 4. Сильные покупатели 5. Концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами

- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2, 3, 5

149 В основе классификаций стратегий используются следующие классификационные признаки

- ☒ совокупность этих и других классификационных признаков
- ☐ относительная сила отраслевой позиции организации
- ☐ стадия жизненного цикла отрасли;
- ☐ стадия жизненного цикла продукта
- ☐ степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе;

150 Стратегия управления персоналом относится

- ☒ к функциональным стратегиям;
- ☐ к базовым стратегиям
- ☐ к производственным стратегиям;
- ☐ к базисным стратегиям
- ☐ к корпоративным стратегиям

151 Что из перечисленного является характерными признаками стратегического управления: 1) видение долгосрочной перспективы организации; 2) ориентация деятельности на запросы потребителей; 3) опора на человеческий потенциал как стержень организации, ее основную ценность; 4) осуществление гибкого реагирования на изменения во внешней среде; 5)

ориентация на выживание и достижение целей организации в долгосрочной перспективе

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

152 Какие из приведенных позиций относятся к функциям стратегического планирования: 1) содержит основные проблемы организации; 2) является наиболее долгосрочным по сравнению с другими видами планирования; 3) определяет технологию производства продукции; 4) придает деятельности организации в разные периоды стройность и внутреннее единство; 5) заставляет высшее руководство организации активизировать свою работу

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

153 Основными элементами стратегического управления являются

- ☒ стратегическое планирование, реализация стратегии, стратегический контроль;
- ☐ стратегическое планирование и тактическое планирование
- ☐ субъекты и объекты стратегического управления;
- ☐ бюджетирование и стратегическое планирование.
- ☐ менеджмент, маркетинг, бенчмаркинг

154 Стратегический менеджмент- это:

- ☒ распространение менеджмента на долгосрочные цели и действия организации;
- ☐ формирование стратегических направлений (зон) хозяйствования организации
- ☐ совершенствование стратегий организации
- ☐ управление бизнес- единицей
- ☐ долгосрочное планирование

155 Стратегический менеджмент относится только

- ☒ к высшему руководству организации
- ☐ всем уровням руководства (менеджмента) организации;
- ☐ уровням стратегических зон хозяйствования;
- ☐ к тактическому уровню
- ☐ к среднему уровню

156 Маркетинговый подход в стратегическом управлении предполагает

- ☒ осуществление маркетинга как интегрирующей функции управления, реализующей рыночную ориентацию для всех видов деятельности организации, участвующих в цепочке создания ценностей;
- ☐ базирование управления на результатах анализа и прогноза сильных и слабых сторон окружающей среды, а также существенных условий собственной деятельности организации и деятельности конкурентов
- ☐ ориентацию на учет интересов поставщика при планировании новых видов продукции
- ☐ ориентация на потребителя
- ☐ концентрацию исключительно на конкретном потребителе как центре приложения всех усилий

157 Стратегическая архитектура – это:

- ☒ план развертывания новых функциональных направлений, обретения новых компетенций, перемещения имеющихся, новая конфигурация системы взаимодействия с потребителями;
- ☐ стратегический план
- ☐ план тактических действий;
- ☐ совокупность отмеченных выше элементов.
- ☐ бизнес-план;

158 Достичь наивысшей производительности труда при производстве всех (или определенных) видов продукции. К какой подсистеме относится данная цель?

- ☒ производство;
- ☐ финансы
- ☐ маркетинг
- ☐ инновации
- ☐ менеджмент

159 Сегментация стратегических зон хозяйствования – это

- ☒ деление сферы деятельности организации на крупные блоки, составляющие отдельным важным и прибыльным для организации направлениям;
- ☐ разделение рынков сбыта продукции для предприятия;
- ☐ выбор перспективных рынков для организации;
- ☐ определение каналов сбыта
- ☐ изучение потребительского рынка;

160 Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это

- ☒ корпоративная стратегия
- ☐ бизнес-стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☐ рыночная стратегия
- ☐ стратегия

161 Стратегическое управление – это управление в социально-экономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если "в ее рамках управление рассматривается как действия по выявлению и разрешению проблем, т.е. процесс подготовки и принятия решений" то какая это сторона управления

- ☒ процессная
- ☐ элементная
- ☐ функциональная;
- ☐ другая сторона.
- ☐ ситуационная;

162 Стратегическое управление – это управление в социально-экономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если "управление рассматривается как деятельность по организации взаимосвязей определенных структурных элементов", то какая это сторона управления

- ☒ элементная
- ☐ процессная
- ☐ функциональная
- ☐ производственная
- ☐ другая сторона;

163 Кто из нижеперечисленных предложил модель пяти сил с целью идентифицировать благоприятные возможности и опасности, с которыми может встретиться фирма в отрасли:

- ☒ Портер
- ☐ Саймон;
- ☐ Карлоф;
- ☐ Ансофф.
- ☐ Чандлер;

164 Стратегия дифференциации особенно успешна

- ☒ когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара
- ☐ когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности
- ☐ в условиях массового спроса;
- ☐ когда у покупателей дифференцированный подход
- ☐ когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу

165 Как считает один из ведущих теоретиков и специалистов в области стратегического управления М. Портер, существует три основных подхода к выработке стратегии поведения фирмы на рынке. Как расшифровывается подход, заключающийся в лидерстве в минимизации издержек производства

- ☒ компания добивается самых низких издержек производства и реализации своей продукции. В результате этого она может за счет более низких цен на аналогичную продукцию добиться завоевания большей доли рынка
- ☐ фирма должна осуществлять высокоспециализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы становиться лидером в своей области
- ☐ фирма должна строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка
- ☐ компания выбирает лучший сегмент рынка.
- ☐ фирма досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка в определенного типа продукции;

166 Как считает один из ведущих теоретиков и специалистов в области стратегического управления М. Портер, существует три основных подхода к выработке стратегии поведения фирмы на рынке. Как расшифровывается подход, заключающийся в специализации в производстве продукции ?

- ☒ фирма должна осуществлять высоко специализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы становиться лидером в своей области
- ☐ компания добивается самых низких издержек производства и реализации своей продукции. В результате этого она может за счет более низких цен на аналогичную продукцию добиться завоевания большей доли рынка
- ☐ фирма должна строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка
- ☐ фирма выбирает лучший сегмент рынка.
- ☐ фирма досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка в определенного типа продукции

167 Как считает один из ведущих теоретиков и специалистов в области стратегического управления М. Портер, существует три основных подхода к выработке стратегии поведения фирмы на рынке. Как расшифровывается подход, заключающийся в фиксации определенного сегмента рынка и концентрации усилий

- ☒ фирма досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка в определенного типа продукции

- ☐ компания добивается самых низких издержек производства и реализации своей продукции. В результате этого она может за счет более низких цен на аналогичную продукцию добиться завоевания большей доли рынка
- ☐ фирма должна строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка
- ☐ фирма выбирает лучший сегмент рынка
- ☐ фирма должна осуществлять высокоспециализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы становиться лидером в своей области

168 Управление – это:

- ☒ целенаправленная деятельность людей по реализации определенных видов деятельности
- ☐ должностная обязанность руководства
- ☐ функция систем (биологических, социальных, организационных и пр.), осуществляемая путем выработки и реализации управляющих воздействий и нацеленная на сохранение и развитие целостности, структуры и режимов функционирования системы
- ☐ направление деятельности организации.
- ☐ принципы и методы организационной деятельности

169 . Предпосылки использования конкурентной стратегии дифференциации

- ☒ Разнообразие потребностей покупателей, преобладание неценовой конкуренции
- ☐ Разнообразие потребностей покупателей
- ☐ Массовый спрос на продукцию
- ☐ Преобладание неценовой конкуренции
- ☐ Преобладание ценовой конкуренции

170 Предпосылки использования конкурентной стратегии лидерства в издержках:

- ☐ Преобладание ценовой конкуренции
- ☒ Массовый спрос на продукцию, преобладание ценовой конкуренции
- ☐ Преобладание неценовой конкуренции
- ☐ Разнообразие потребностей покупателей
- ☐ Массовый спрос на продукцию

171 Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

- ☒ корпоративная стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☐ генетическая стратегия
- ☐ бизнес-стратегия

172 Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей - это:

- ☐ генетическая стратегия
- ☐ стратегия
- ☐ бизнес-стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☒ корпоративная стратегия

173 Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации - это:

- ☒ бизнес-стратегия

- ☐ корпоративная стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☐ генетическая стратегия
- ☐ стратегия

174 Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды - это:

- ☒ стратегия
- ☐ СВОТ - анализ
- ☐ стратегическое планирование
- ☐ ПЕСТ – анализ
- ☐ стратегическое управление

175 По форме какие бывают виды конкуренции:

- ☒ функциональная, видовая, предметная;
- ☐ географическая, демографическая, экологическая;
- ☐ функциональная, ценовая и неценовая
- ☐ структурная, производственная, маркетинговая.
- ☐ межфирменная, фирменная, производственная;

176 Конкурентоспособность это:

- ☒ все то, что обеспечивает товару сравнительные преимущества относительно подобных товаров других производителей;
- ☐ более высокое качество товаров;
- ☐ более высокая производительность в какой-либо производственной деятельности;
- ☐ производство высоких технологий.
- ☐ производство новых товаров;

177 Стратегия минимизации издержек нацелена:

- ☒ на обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами;
- ☐ на наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов;
- ☐ на придание продукту - товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов;
- ☐ на создание новых сегментов рынка.
- ☐ на создание более выгодного имиджа организации, рекламной марки продуктов;

178 Стратегия организации - это:

- ☒ основное направление развития и деятельности организации;
- ☐ генеральная программа организации на перспективу с учетом приоритетов задач, ресурсов и действий;
- ☐ то же, что и цели организации;
- ☐ определение видов бизнеса.
- ☐ долгосрочное планирование;

179 Группы факторов, от которых зависит успех фирмы в конкурентной борьбе: 1) внутренних компетенции; 2) коммуникативной политики фирмы; 3) внешних компетенций; 4) динамических способностей; 5) стратегического потенциала организации.

- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 2, 4, 5
- ☐ 1, 3, 5

☐ 2, 3, 4

180 Если преобладает ценовая конкуренция, то более эффективной будет стратегия:

- ☒ лидерства по издержкам;
- ☐ инноваций;
- ☐ дифференцированной продукции;
- ☐ фокусирование.
- ☐ дифференциации сервиса;

181 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам:

- ☒ большая доля рынка;
- ☐ узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно ;
- ☐ чувствительные к потребительской ценности покупатели;
- ☐ качество товаров.
- ☐ отличаются от господствующих на рынке в целом;

182 По каким факторам классифицируется внешняя среда? 1) Политические 2) Правовые 3) Этнические 4) Экономические 5) Демографические 6) Интеллектуальные 7) Социальные 8) Культурные 9) Технологические 10) Хозяйственные

- ☒ 1, 2, 4, 7, 8, 9
- ☐ 3, 4, 9, 10
- ☐ 1, 2, 4, 5, 6
- ☐ 3, 5, 6, 7, 9
- ☐ 5, 7, 8, 10

183 Что можно отнести к правовым факторам внешней среды?

- ☐ использование роботов
- ☒ изменение в налоговом законодательстве
- ☐ виды связи
- ☐ инфляция
- ☐ сложность получения кредита

184 Что можно отнести к экономическим факторам внешней среды?

- ☒ инфляция
- ☐ использование роботов
- ☐ виды связи
- ☐ нету верного ответа
- ☐ изменение налогов

185 В основе анализа среды деятельности предприятия должны лежать следующие общеметодологические принципы: а) принцип конкурентоспособности; б) динамический принцип и принцип сравнительного анализа; в) системный подход; г) принцип учета специфики предприятия; д) комплексный анализ.

- ☒ 2, 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3, 4



186 К составляющим внешней среды относят: 1) макроокружение; 2) мегаокружение; 3) микроокружение; 4) миниокружение; 5) косвенное окружение.

- ☒ 1, 3
- ☐ 1, 2
- ☐ 2, 4
- ☐ 1, 5
- ☐ 2, 5

187 Функционально анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

- ☒ службой маркетинга
- ☐ планово-экономической службой
- ☐ собранием акционеров
- ☐ бухгалтерией
- ☐ генеральным директором

188 Какой из перечисленных факторов относится к внешней среде организации прямого воздействия: 1) потребители; 2) рынок; 3) конкуренты; 4) поставщики; 5) акционеры.

- ☒ 1, 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3, 5
- ☐ 2, 4, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3, 4

189 Какие из названных факторов внешней среды организации относятся к факторам косвенного воздействия: а) политика государства; б) правовая среда; в) инфраструктура; г) природно-географические условия; д) финансово-кредитная политика

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3, 5
- ☐ 3, 4, 5
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 3, 4

190 Что из нижеперечисленного характеризует организацию как открытую систему: 1) взаимодействие с внешней средой; 2) источник энергии (ресурсов) внутри себя; 3) получение ресурсов из внешней среды; 4) реагирование на изменение факторов внешней среды; 5) взаимодействие субъекта и объекта управления.

- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2, 4, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

191 Окружающая среда организации включает:

- ☒ правовые, экономические, технологические, экологические, ресурсные, рыночные и прочие аспекты окружения:
- ☐ микроокружение, т. е. сирое, поставщиков, потребителей и пр.
- ☐ партнеров и конкурентов
- ☐ среду косвенного воздействия
- ☐ среду прямого воздействия

192 Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации: 1) уровень специализации поставщика; 2) концентрированность поставщика на работе с конкурентными клиентами; 3) темпы инфляции и нормы налогообложения; 4) последовательность в разработке продуктов; 5) рост доходов ниже среднего.

- ☒ 1, 2
- ☐ 1, 4
- ☐ 2, 4
- ☐ 1, 5
- ☐ 3, 5

193 Составляющие внешней среды: 1) микроокружение; 2) мегаокружение; 3) макроокружение; 4) миниокружение; 5) социоокружение.

- ☐ 3, 5
- ☒ 1, 3
- ☐ 1, 5
- ☐ 3, 4
- ☐ 2, 4

194 По форме какие бывают виды конкуренции:

- ☒ функциональная, видовая, предметная;
- ☐ географическая, демографическая, экологическая;
- ☐ функциональная, ценовая и неценовая;
- ☐ структурная, производственная, маркетинговая.
- ☐ межфирменная, фирменная, производственная;

195 Группы факторов, от которых зависит успех фирмы в конкурентной борьбе: 1) внутренних компетенции; 2) коммуникативной политики фирмы; 3) внешних компетенций; 4) динамических способностей; 5) стратегического потенциала организации.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3, 5

196 Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации: 1) уровень специализации поставщика; 2) концентрированность поставщика на работе с конкурентными клиентами; 3) темпы инфляции и нормы налогообложения; 4) последовательность в разработке продуктов; 5) рост доходов ниже среднего.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3, 5

197 Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли:

- ☐ И. Ансофф;
- ☐ Б. Карлофф;
- ☒ М. Портер
- ☐ Г. Саймон.

198 Перед началом анализа в распоряжении организации находится достаточно много информации, часть которой не понадобится в дальнейшем. Своеобразные "фильтры", позволяющие отсеивать ненужную информацию: 1) технология; 2) цели; 3) стратегия; 4) миссия; 5) производство.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 2, 4, 5
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3, 5

199 В системе управления организацией – объект управления – это?

- ☐ правовая подсистема
- ☐ управляющая подсистема
- ☒ управляемая подсистема
- ☐ организационная подсистема
- ☐ связующая подсистема

200 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: малые рынки не имеют тенденции привлекать больших, новых конкурентов; большие часто привлекают интересы корпораций, желающих приобрести компании с целью укрепления конкурентных позиций в притягательных отраслях

- ☒ размеры рынка
- ☐ избыток или дефицит производственных мощностей
- ☐ рост размеров рынка
- ☐ развитие отрасли.
- ☐ прибыльность в отрасли

201 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: избыток повышает издержки и снижает уровень прибыли, недостаток ведет к противоположной тенденции по издержкам

- ☒ размеры рынка
- ☐ избыток или дефицит производственных мощностей
- ☐ рост размеров рынка
- ☐ развитие отрасли.
- ☐ прибыльность в отрасли

202 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: высоко прибыльные отрасли привлекают новые входы, условия депрессии поощряют выход

- ☐ прибыльность в отрасли
- ☒ размеры рынка
- ☐ развитие отрасли.
- ☐ избыток или дефицит производственных мощностей
- ☐ рост размеров рынка

203 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: высокие барьеры защищают позиции и прибыли существующих фирм, низкие делают их уязвимыми ко входу новых

- ☒ барьеры входа, выхода;
- ☐ стандартизованные товары
- ☐ товар дорог для покупателей
- ☐ развитие отрасли.
- ☐ быстрые изменения технологии

204 С чем связано развитие продуктовой организации

- ☒ с появлением многопродуктовых диверсифицированных производств и многонациональных компаний
- ☐ с развитием международных связей
- ☐ с внедрением информационных технологий
- ☐ с повышением налогов
- ☐ с привлечением государственных структур

205 Анализ сегментов рынка – это:

- ☒ анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятием;
- ☐ анализ конкурирующей продукции на рынке;
- ☐ анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции;
- ☐ анализ клиентов.
- ☐ анализ покупательской способности;

206 Если у производителя продукции имеется возможность осуществить интеграцию с продавцами, то это:

- ☒ уменьшает ценовую власть покупателей
- ☐ не влияет на ценовую власть покупателей
- ☐ увеличивает ценовую власть покупателей
- ☐ увеличивает ценовую власть поставщиков
- ☐ увеличивает инфляцию

207 В случае если у потребителя продукции имеется опасность интеграции назад, то это:

- ☒ уменьшает ценовую власть продавцов
- ☐ не влияет на ценовую власть продавцов
- ☐ увеличивает ценовую власть продавцов
- ☐ увеличивает инфляцию
- ☐ уменьшает инфляцию

208 Стратегия сегментации особенно успешна:

- ☒ при оказании элитных услуг
- ☐ при производстве товаров массового спроса
- ☐ при торговле однородным товаром
- ☐ при торговле на новых рынках.
- ☐ при организации торговли в маленьком городе

209 Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

- ☒ стратегия
- ☐ бизнес-стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☐ генерическая стратегия
- ☐ корпоративная стратегия

210 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли ("ближнее окружение"). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор "анализ стратегий конкурентов, выявление сильных и слабых соперников, оценку их конкурентных возможностей, прогноз их ближайших действий"

- ☒ возможные действия конкурентов
- ☐ сильные и слабые конкуренты
- ☐ формы и интенсивность конкуренции
- ☐ компетенции
- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе

211 Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам:

- ☒ низкого ранга
- ☐ среднего ранга
- ☐ высокого ранга
- ☐ тактического ранга
- ☐ оптимального ранга

212 Какие из перечисленного факторов определяют конкурентную силу поставщика организации: 1) уровень специализации поставщика ; 2) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами ; 3) темпы инфляции и нормы налогообложения; 4) все перечисленные факторы; 5) количество поставщиков.

- ☒ 1, 2
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 3, 5

213 Конкурентная среда организации определяется

- ☒ фирмами – лидерами
- ☐ внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию
- ☐ только внутриотраслевыми конкурентами
- ☐ только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом;
- ☐ фирмами, производящими замещающий продукт

214 Наличие продуктов-заменителей:

- ☒ увеличивает ценовую власть покупателей
- ☐ не влияет на ценовую власть покупателей
- ☐ уменьшает ценовую власть покупателей
- ☐ уменьшает эффективность совместной деятельности
- ☐ увеличивает экспортно-импортное сальдо

215 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: большинство покупателей будет покупать по наинизшей цене

- ☐ быстрые изменения технологии;
- ☐ стандартизованные товары
- ☐ барьеры входа/выхода
- ☒ товар дорог для покупателей

☐ новые рынки

216 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: покупатели могут легко переключаться от продавца к продавцу

- ☒ стандартизованные товары
- ☐ товар дорог для покупателей
- ☐ барьеры входа, выхода;
- ☐ новые рынки
- ☐ быстрые изменения технологии

217 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: возрастает риск: инвестиции в технологию и оборудование могут не окупиться из-за устаревания последних

- ☒ быстрые изменения технологии
- ☐ товар дорог для покупателей
- ☐ барьеры входа/выхода
- ☐ новые рынки.
- ☐ стандартизованные товары;

218 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: большие требования делают решения об инвестициях критичными, важным становится момент инвестирования, растут барьеры для входа и выхода

- ☒ требования к капиталу
- ☐ экономия на масштабе;
- ☐ вертикальная интеграция ;
- ☐ новые рынки.
- ☐ быстрое обновление товара;

219 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: растут требования к капиталу, часто растет конкурентная дифференциация и дифференциация стоимости между фирмами разной степени интеграции

- ☒ вертикальная интеграция
- ☐ экономия на масштабе
- ☐ требования к капиталу
- ☐ новые рынки
- ☐ быстрое обновление товара;

220 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: увеличивает объем и размеры рынка, необходимые при ценовой конкуренции

- ☒ экономия на масштабе;
- ☐ вертикальная интеграция
- ☐ требования к капиталу
- ☐ новые рынки
- ☐ быстрое обновление товара

221 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: сокращение жизненного цикла товара, рост риска из-за возможности "чехарды изделий"

- ☒ быстрое обновление товара
- ☐ вертикальная интеграция

- ☐ требования к капиталу;
- ☐ новые рынки
- ☐ экономия на масштабе

222 Кто из нижеперечисленных предложил модель пяти сил с целью идентифицировать благоприятные возможности и опасности, с которыми может встретиться фирма в отрасли:

- ☒ Портер
- ☐ Саймон
- ☐ Карлоф
- ☐ Ансофф
- ☐ Чандлер

223 Управление - это

- ☒ целенаправленная деятельность людей по реализации определенных видов деятельности;
- ☐ должностная обязанность руководства
- ☐ функция систем (биологических, социальных, организационных и пр.), осуществляемая путем выработки и реализации управляющих воздействий и нацеленная на сохранение и развитие целостности, структуры и режимов функционирования системы;
- ☐ направление деятельности организации
- ☐ принципы и методы организационной деятельности;

224 Организация - это:

- ☒ отдельное юридическое лицо, осуществляющее деятельность
- ☐ функция системы управления;
- ☐ вид деятельности;
- ☐ субъект управления
- ☐ система управления

225 Анализ сегментов рынка - это:

- ☒ анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятия
- ☐ анализ конкурирующей продукции на рынке;
- ☐ анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции
- ☐ анализ продавцов
- ☐ анализ покупателей;

226 Сегментация стратегических зон хозяйствования -это:

- ☒ деление сферы деятельности организации на крупные блоки- отвечающие отдельным важным и прибыльным для организации направлениям
- ☐ разделение рынков сбыта продукции для предприятия
- ☐ выбор перспективных рынков для организации
- ☐ деление производителей по конечной продукции.
- ☐ деление рынка;

227 Анализ сегментов рынка - это

- ☒ анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятием;
- ☐ анализ конкурирующей продукции на рынке;
- ☐ анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции:
- ☐ анализ клиентов
- ☐ анализ покупательской способности;

228 Анализ конкурентных преимуществ вашей фирмы вы будете осуществлять с помощью

- ☒ модели Майкла Портера
- ☐ кластерного анализа
- ☐ Z- счета Альтмана
- ☐ модели И. Ансоффа
- ☐ системы Станиславского

229 Наличие продуктов-заменителей:

- ☒ увеличивает ценовую власть покупателей
- ☐ не влияет на ценовую власть покупателей
- ☐ уменьшает ценовую власть покупателей
- ☐ уменьшает эффективность совместной деятельности.
- ☐ увеличивает экспортно-импортное сальдо

230 Если у производителя продукции имеется интеграцию с продавцами, то это

- ☒ уменьшает ценовую власть покупателей
- ☐ не влияет на ценовую власть покупателей;
- ☐ увеличивает ценовую власть покупателей
- ☐ увеличивает ценовую власть поставщиков
- ☐ увеличивает инфляцию

231 . В случае если у потребителя продукции имеется опасность интеграции назад, то это

- ☒ уменьшает ценовую власть продавцов
- ☐ не влияет на ценовую власть продавцов
- ☐ увеличивает ценовую власть продавцов
- ☐ увеличивает инфляцию
- ☐ уменьшает инфляцию;

232 Какие из перечисленного факторов определяют конкурентную силу поставщика организации: а) уровень специализации поставщика; б) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами; в) темпы инфляции и нормы налогообложения; г) все перечисленные факторы; д) количество поставщиков

- ☒ 1, 2
- ☐ 1, 4
- ☐ 2, 4
- ☐ 1, 5
- ☐ 2, 5

233 Конкурентная среда организации определяется

- ☒ фирмами - лидерами
- ☐ внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию;
- ☐ только внутриотраслевыми конкурентами;
- ☐ только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом
- ☐ фирмами, производящими замещающий продукт;

234 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли ("ближнее окружение"). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор "Размер и темпы роста рынка, масштабы конкуренции, количество



компаний-участников, их относительные размеры, условия входа в отрасль и выхода из нее, степень вертикальной интеграции, темпы технологических изменений, размеры экономии на масштабе и за счет эффекта обучаемости, степень стандартизации или персонализации продукции компаний-конкурентов, уровень прибыльности"?

- ☒ основные экономические характеристики отрасли
- ☐ сильные и слабые конкуренты
- ☐ формы и интенсивность конкуренции
- ☐ компетенции.
- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе

235 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли ("ближнее окружение"). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор "соперничество между участниками отрасли, возможность вхождения в отрасль новых конкурентов, конкуренция со стороны производителей товаров- заменителей, влияние поставщиков, влияние компаний - потребителей"?

- ☒ формы и интенсивность конкуренции
- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе
- ☐ сильные и слабые конкуренты
- ☐ компетенции.
- ☐ возможные действия конкурентов;

236 Исследование деятельности компаний в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли ("ближнее окружение"). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор "изменения в долгосрочных тенденциях экономического роста отрасли, изменения в составе потребителей, внедрение новых товаров, выход на рынок или уход с него крупных компаний, глобализация, изменение структуры издержек и уровня производительности, рост (снижение) спроса на персонализированные либо стандартные товары, изменения в законодательстве и политике, изменение общественных ценностей и образа жизни, уменьшение неопределенности и степени риска"?причины изменений в структуре конкуренции и внешней среде;

- ☐ компетенции
- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе
- ☐ сильные и слабые конкуренты
- ☐ формы и интенсивность конкуренции
- ☒ причины изменений в структуре конкуренции и внешней среде;

237 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли ("ближнее окружение"). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор "оценка и сравнение рыночных позиций конкурирующих компаний"?

- ☐ возможные действия конкурентов
- ☐ формы и интенсивность конкуренции;
- ☒ сильные и слабые конкуренты
- ☐ компетенции.
- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе

238 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли ("ближнее окружение"). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный

анализируемый фактор "анализ стратегий конкурентов, выявление сильных и слабых соперников, оценку их конкурентных возможностей, прогноз их ближайших действий"?

- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе
- ☒ возможные действия конкурентов
- ☐ сильные и слабые конкуренты
- ☐ формы и интенсивность конкуренции;
- ☐ компетенции.

239 Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленных на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это

- ☒ управленческий анализ;
- ☐ ПЭСТ- анализ
- ☐ проблемный анализ
- ☐ комплексный анализ

240 Оценка стоимости стратегических программ элементарным методом предполагает:

- ☒ калькуляцию затрат на каждый из видов работ, входящих в программу
- ☐ выделение элементов затрат по их видам в целом по программе
- ☐ сравнение с аналогичными программами реализовавшимися в прошлом на самой фирме или со стоимостью аналогичных программ, реализуемых конкурентами
- ☐ сравнение конкурентных затрат
- ☐ выделение сметы затрат

241 Компетенция –это:

- ☒ область знаний и навыков работника
- ☐ ответственность и полномочия работника в определенных видах деятельности
- ☐ ограниченное право работника или подразделения на использование ресурсов организации для выполнения установленных задач
- ☐ функциональная деятельность организации
- ☐ ресурсы организации

242 Исходный этап процесса стратегического управления

- ☒ анализ среды
- ☐ определение целей фирмы
- ☐ определение миссии фирмы
- ☐ контроль выполнения стратегии
- ☐ выработка стратегий поведения фирмы на рынке;

243 Общеметодологические принципы, которые должны лежать в основе анализа среды деятельности предприятия: а) динамический принцип и принцип сравнительного анализа; б) метод наблюдения; в) системный подход; г) принцип учета специфики предприятия; д) комплексный анализ.

- ☒ 1, 3, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

244 Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия,

направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это....

- ☒ управленческий анализ
- ☐ SWOT-анализ;
- ☐ STEP- анализ
- ☐ системный анализ.
- ☐ проблемный анализ

245 Характеристики корневых компетенций фирмы:

- ☒ они должны предоставлять возможность создавать особую ценность для потребителя;
- ☐ они могут быть применены к действиям фирмы на различных рынках;
- ☐ их сложно воспроизвести фирмам-конкурентам;
- ☐ это совокупность определенных ключевых факторов успеха.
- ☐ это знания, умения и положение фирмы на рынке;

246 Центральная компетенция – это:

- ☒ уникальная способность организации осуществлять те или иные функции наилучшим образом
- ☐ компетенция управленческого персонала фирмы
- ☐ компетенция чиновников центральных министерств и ведомств
- ☐ компетенция производителей
- ☐ компетенция организации в целом в области производства и реализации продукции

247 Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень: - компетентность в научных исследованиях (особенно в наукоемких отраслях); - способность к инновациям в производственных процессах; - способность к инновациям в продукции; - роль экспертов в данной технологии.

- ☒ факторы, связанные с технологией
- ☐ факторы, связанные с распределением
- ☐ факторы, связанные с маркетингом
- ☐ факторы, связанные со сбытом
- ☐ факторы, связанные с производством

248 Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень: - размещение производства, гарантирующее низкие издержки; - обеспечение адекватной квалифицированной рабочей силой; - высокая производительность труда (особенно в трудоемких производствах); - дешевое проектирование и техническое обеспечение; - гибкость производства при изменении моделей и размеров.

- ☒ факторы, связанные с производством
- ☐ факторы, связанные с распределением
- ☐ факторы, связанные с маркетингом
- ☐ факторы, связанные со сбытом
- ☐ факторы, связанные с технологией

249 Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень: - мощная сеть дистрибьюторов/дилеров; - возможность доходов в розничной торговле; - собственная торговая сеть компании; - быстрая доставка.

- ☒ факторы, связанные с распределением
- ☐ факторы, связанные с производством
- ☐ факторы, связанные с маркетингом
- ☐ факторы, связанные со сбытом
- ☐ факторы, связанные с технологией

250 Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень: - удобный, доступный сервис и техобслуживание; - точное удовлетворение покупательских запросов; - широта диапазона товаров; - коммерческое искусство; - притягательные дизайн и упаковка; - гарантии покупателям.

- ☐ факторы, связанные с технологией
- ☐ факторы, связанные с распределением
- ☒ факторы, связанные с маркетингом
- ☐ факторы, связанные со сбытом
- ☐ факторы, связанные с производством

251 К внешним компетенциям относится:

- ☐ хорошо отработанные и эффективные бизнес-процессы
- ☒ возможность лоббирования своих интересов
- ☐ ноу-хау, уникальные технологии, способность создавать конкурентоспособную продукцию
- ☐ наличие квалифицированного персонала
- ☐ бюджетирование, мотивация персонала и т.д.

252 Что не является внутренней переменной организации?

- ☒ люди
- ☐ цель
- ☐ структура
- ☐ принципы
- ☐ законодательство

253 Большая эффективность труда вследствие специализации по видам и методам работы, технологических инноваций в производственных процессах, оптимальной загрузки оборудования, более полного использования ресурсов, внедрения новых концепций товара является эффектом:

- ☒ кривой опыта
- ☐ масштаба деятельности
- ☐ масштаба производства
- ☐ рационализации
- ☐ синергии

254 Явление, когда доходы от совместного использования ресурсов превышают сумму доходов от раздельного использования те же ресурсов, называют эффектом:

- ☒ синергии
- ☐ кривой опыта
- ☐ масштаба производства
- ☐ объединения.
- ☐ масштаба деятельности

255 Какие стратегии должны выбирать лидирующие фирмы, если отрасль идет к упадку:

- ☒ диверсификации
- ☐ интегрированного роста
- ☐ концентрированного роста
- ☐ ликвидации
- ☐ сокращения

256 Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

- ☐ перспективные компании учатся на чужих ошибках
- ☐ перспективные компании следуют проверенным и зарекомендовавшим себя рецептом успеха, что обеспечивает им стабильное преуспевания в будущем
- ☐ существуют «чудодейственные снадобья», которые способны помочь любой компании быстро взойти на вершину бизнеса и прочно и надолго там закрепиться
- ☐ создание перспективной компании требует упорного повседневного труда, как правило, только в первые годы ее развития
- ☒ чтобы создать перспективную компанию, следует постоянно, на протяжении всего периода ее существования прикладывать необходимые усилия, так как окончательного успеха в бизнесе не бывает

257 Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

- ☒ производительность работников намного выше, когда они действуют в рамках широких полномочий, сами ставят перед собой цели, регулируют свой труд и контролируют производственный процесс
- ☐ способность контролировать, а не влиять создает уважительную атмосферу, когда учитываются различия и способности людей, высвобождается человеческий потенциал и появляется стремление совместно выполнять одобренные решения
- ☐ в атмосфере контроля люди становятся проводниками, а не противниками курса организации - даже при обсуждениях на «парковке»
- ☐ очень, важно идти на уступки, выслушивать всех и реагировать на все просьбы
- ☐ лучше обладать властью, а не влиянием

258 Какой орган управления не характерен для акционерного общества:

- ☒ председатель
- ☐ наблюдательный совет
- ☐ общее собрание
- ☐ начальник
- ☐ генеральный директор

259 Что из перечисленных относится к внутренней среде организации: 1) структура управления организацией; 2) технический прогресс в отрасли; 3) цели организации; 4) персонал организации; 5) задачи организации.

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

260 Организационно-управленческий анализ – это:

- ☒ исследование системы управления и организационной структуры предприятия
- ☐ анализ организации управленческих процессов
- ☐ анализ деятельности организации, проводимый его управленческим аппаратом
- ☐ анализ управленческого аппарата
- ☐ анализ субъекта управления

261 Факторы, формирующие стратегию: 1) социальные, политические, гражданские

регулирующие нормы; 2) ориентация коллектива предприятия на стратегию; 3) привлекательность продукции, отрасли; 4) конкурентоспособность фирмы; 5) корпоративная культура.

- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

262 Критерии успешной стратегии: 1) соответствие среде; 2) конкурентное преимущество; 3) эффективность; 4) внутренняя согласованность составляющих; 5) гибкость

- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 3,5
- ☐ 2,3, 5
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 4,2

263 Диагностика предприятия – это:

- ☒ количественная и качественная оценка предприятия по отношению к внешней среде, а также анализ организационных, финансовых производственных, управленческих, кадровых аспектов деятельности;
- ☐ анализ места предприятия в конкурентной среде;
- ☐ анализ финансовых и производственных показателей
- ☐ анализ качественных показателей
- ☐ анализ конкурентоспособности;

264 Финансово-экономический анализ –это:

- ☒ анализ финансового состояния предприятия и эффективности его деятельности;
- ☐ анализ организации управления финансами на предприятии;
- ☐ ежегодный анализ результатов деятельности предприятия;
- ☐ анализ бюджета организации.
- ☐ анализ финансовых отчетов

265 Сохранять и поддерживать на необходимом уровне все виды финансовых ресурсов. К какой подсистеме относится данная цель ?

- ☒ финансы
- ☐ научно- исследовательские разработки (инновации);
- ☐ маркетинг
- ☐ производство
- ☐ менеджмент

266 Сохранять и поддерживать на необходимом уровне все виды финансовых ресурсов. К какой подсистеме относится данная цель?

- ☒ финансы
- ☐ научно- исследовательские разработки (инновации);
- ☐ маркетинг
- ☐ производство
- ☐ менеджмент

267 Понимание термина "угрозы и возможности" в буквальном смысле

- ☒ обозначение благоприятных и неблагоприятных тенденций во внешней среде
- ☐ художественный образ;
- ☐ анализ угроз и возможностей – это стандартная процедура в стратегическом управлении
- ☐ представление
- ☐ видение;

268 Производственно-хозяйственный анализ – это:

- ☒ анализ результатов производственной деятельности
- ☐ анализ производственного потенциала предприятия;
- ☐ анализ использования ресурсов и производства, и реализации продукции;
- ☐ анализ основного производства
- ☐ анализ основного производства

269 Анализ кадрового потенциала – это:

- ☒ комплексная оценка количественного и качественного состава персонала;
- ☐ оценка потенциальных возможностей существующего персонала;
- ☐ оценка потребности в персонале предприятия после реструктуризации;
- ☐ анализ перспективных кадров.
- ☐ оценка персонала при проектировании организации;

270 Выделяют следующие виды ресурсов организации

- ☒ финансовые
- ☐ духовные
- ☐ технические
- ☐ Информационном
- ☐ организационные

271 Материальные активы включают

- ☒ ЗапасыЗапасы
- ☐ Методы
- ☐ Цель
- ☐ Субъект
- ☐ Объекты

272 Материальные активы включают:

- ☒ Здания
- ☐ Методы
- ☐ Цель
- ☐ Субъекты
- ☐ Объекты

273 Материальные активы включают:

- ☒ Человеческие ресурсы
- ☐ Методы
- ☐ Цель
- ☐ Субъекты
- ☐ Объекты

274 Нематериальные активы включают:

- ☒ Навыки
- ☐ Методы
- ☐ Цель
- ☐ Субъекты
- ☐ Объекты

275 Нематериальные активы включают:

- ☐ Методы
- ☐ Субъекты
- ☐ Объекты
- ☐ Цель
- ☒ Бренды

276 Ситуационный анализ – это:

- ☒ анализ деятельности, проводимый в зависимости от сложившейся ситуации
- ☐ анализ влияющих факторов и места предприятия в окружающем бизнес-пространстве
- ☐ анализ ситуации, сложившейся внутри организации
- ☐ анализ микросреды
- ☐ анализ макросреды

277 4. Результат анализа и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

- ☒ СВОТ- анализ
- ☐ стратегия;
- ☐ стратегическое планирование
- ☐ управленческий анализ
- ☐ стратегическое управление;

278 . Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды – это:

- ☒ стратегия;
- ☐ СВОТ – анализ
- ☐ стратегическое планирование
- ☐ оперативное планирование.
- ☐ стратегическое управление;

279 Как и любой процесс управления, стратегическое управление включает этапы: стратегический анализ; стратегический выбор (собственно планирование); реализация стратегии (реализация принятого решения). Стратегический выбор – это

- ☒ формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации;
- ☐ разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии
- ☐ высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами;
- ☐ проектирование организационной деятельности
- ☐ прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к ее изменениям;

280 Как и любой процесс управления, стратегическое управление включает этапы: стратегический анализ; стратегический выбор (собственно планирование); реализация стратегии (реализация принятого решения). Стратегический анализ – это



- ☒ прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к ее изменениям;
- ☐ формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации;
- ☐ высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами;
- ☐ анализ ресурсов
- ☐ разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии;

281 SWOT- анализ это

- ☒ анализ возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых
- ☐ метод экстраполяции тенденций;
- ☐ функционально-стоимостной анализ;
- ☐ группировка факторов внешней среды на четыре вида: политические, экономические, социокультурные и технико-технологические...
- ☐ сторон организации

282 К какой составляющей SWOT- анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы 1) сильные стороны; 2) слабые стороны; 3) возможности; 4) угрозы; 5) недостатки

- ☒ 1, 2
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

283 SWOT-анализ происходит на ..... ступени ситуационного анализа

- ☒ 2-й
- ☐ 3-й
- ☐ 1-й
- ☐ 5-й.
- ☐ 4-й

284 SWOT-анализ включает: 1) анализ возможностей организации и вероятных угроз; 2) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами; 3) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков; 4) анализ поставщиков; 5) анализ покупателей.

- ☒ 1, 2
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

285 Различия STEP и SWOT анализов:

- ☐ сначала проводится STEP –анализ, а после PEST анализ;
- ☒ предметом SWOT – анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP – анализа только ее внешняя макросреда
- ☐ SWOT –анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации
- ☐ SWOT анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации;
- ☐ сначала проводится STEP –анализ, а после PEST анализ;

- ☐ STEP – анализ – ее возможностей и внешних угроз

286 Чем различаются STEP и SWOT-анализы:

- ☒ предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP- анализа- только ее внешняя макросреда
- ☐ SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP- анализ – ее возможностей и внешних угроз;
- ☐ SWOT-анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации;
- ☐ отличаются по периодичности выполнения
- ☐ STEP- анализ – это разновидность качественного, а SWOT- количественного анализа

287 Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это

- ☒ СВOT-анализ;
- ☐ стратегия;
- ☐ стратегическое планирование
- ☐ ПЕСТ- анализ.
- ☐ стратегическое управление

288 К какой составляющей SWOT- анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы: - хорошая репутация; - расширение производственной линии; - вертикальная интеграция; - удовлетворение своим положением относительно конкурирующих фирм;

- ☐ ко всем.
- ☐ слабые стороны
- ☒ сильные стороны
- ☐ угрозы;
- ☐ возможности;

289 SWOT-анализ не предусматривает выявление и подробное рассмотрение:

- ☒ конкурентных преимуществ
- ☐ благоприятных возможностей для бизнеса
- ☐ сильных сторон фирмы
- ☐ рисков и опасностей
- ☐ слабых сторон организации

290 К функциям оперативного уровня управления не относится:

- ☒ проектирование структуры организации
- ☐ учет
- ☐ регулирование
- ☐ анализ
- ☐ контрол

291 Какие из перечисленных характеристик относятся к сильным сторонам предприятия: 1) высокая квалификация кадров 2) современная технология производства 3) ограниченные финансовые ресурсы 4) хорошая репутация у потребителей 5) слабое представление о рынке

- ☐ 2,3, 5
- ☐ 3,5
- ☒ 1, 2, 4

- ☐ 4,2
- ☐ 1, 2, 4

292 Какие из перечисленных факторов характеризуют возможности предприятия: 1) выход на новые рынки; 2) самодовольство среди конкурентов; 3) возможность появления новых конкурентов; 4) добавление сопутствующих товаров; 5) замедление роста рынка

- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 4,2
- ☐ 3,5

293 Ситуационный анализ - это:

- ☒ анализ влияющих факторов и места предприятия в окружающем бизнес -пространстве
- ☐ анализ ситуации, сложившейся внутри организации;
- ☐ анализ деятельности конкурентов
- ☐ анализ деятельности вне организации
- ☐ анализ деятельности, проводимый в зависимости от сложившейся ситуации.

294 Отличительная черта ассортимента компании, реализующей стратегию широкой дифференциации:

- ☐ качественная базовая модель товара в нескольких модификациях;
- ☒ большое количество модификаций продукта, широкий выбор, упор на диф-ференцирующие свойства;
- ☐ развитие рынка;
- ☐ развитие продукта
- ☐ диапазон качества от среднего до высокого, количество модификаций от нескольких до многочисленных;

295 Условия, в которых целесообразно компании выбирать стратегию лидерства по издержкам: 1) существует сильная конкуренция по цене; 2) стандартный или предназначенный для широкого потребителей товар; 4) потребности покупателей и способы использования товара разнообразны; 5) отрасль отличается стремительностью технологических и инновационных процессов; 6) новички на рынке снижают цены для привлечения покупателей и создания клиентской базы.

- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 1, 3, 5
- ☐ 2, 4, 5

296 Основные области выработки стратегии поведения фирмы на рынке: 1) лидерство в минимизации издержек; 2) стратегии поведения в конкурентной среде; 3) специализация в производстве продукции; 4) фиксирование определенного сегмента рынка и концентрация усилий; 5) фирмы на этом рыночном сегменте.

- ☐ 2, 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 3, 4, 5

297 Стратегия минимизации издержек (лидерства по издержкам) нацелена на....:

- ☒ обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами;
- ☐ приданию продукту-товару отличительных свойств, которые важны для
- ☐ покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов;
- ☐ более выгодного имиджа организации, рекламной марки продукта (то есть брэнда).
- ☐ наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов;

298 . Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам .... ранга.

- ☐ высокого
- ☐ среднего;
- ☐ эффективного;
- ☐ целевого.
- ☒ низкого

299 Какие из названных позиций правильно характеризуют стратегию развития предприятия:

- ☒ модель действий для достижения поставленных целей;
- ☐ прогноз развития предприятия;
- ☐ план развития предприятия;
- ☐ программа развития предприятия;
- ☐ структура целей предприятия

300 Совершенствование бизнес- процессов осуществляется:

- ☐ специальными внешними специалистами- консультантами;
- ☐ самим исполнителем (исполнителями) процесса в рамках повседневной деятельности;
- ☐ самими работниками;
- ☐ проектировщиками.
- ☒ командой по совершенствованию процессов, состоящей из сотрудников и консультантов;

301 Диверсифицированная компания – это:

- ☒ компания, разделяющая свою деятельность на ряд направлений;
- ☐ компания, сменившая сферу своей деятельности;
- ☐ компания с ограниченной деятельностью.
- ☐ компания, имеющая отличительные направления деятельности;
- ☐ компания, имеющая несколько отдельных крупных направлений деятельности, стратегических зон хозяйствования;

302 Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников много отраслевой электротехнической организации – это:

- ☐ инновационная стратегия.
- ☒ бизнес-стратегия;
- ☐ функциональная стратегия;
- ☐ корпоративная стратегия;
- ☐ стратегия;

303 Что это за определение стратегического менеджмента: «параметры отраслей, рынков и макросреда бизнеса»

- ☒ сцена;

- ☐ потенциал;
- ☐ целевые установки;
- ☐ миссия;
- ☐ видение.

304 Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли это:

- ☐ интегрированного роста;
- ☒ диверсифицированного роста;
- ☐ концентрированного роста;
- ☐ сокращения;
- ☐ восстановления.

305 Виды корпоративной стратегии диверсификации поглощение: 1) диверсификацию в родственные отрасли; 2) диверсификацию в неродственные отрасли; 3) стратегию свертывания и ликвидации; 4) стратегию многонациональной диверсификации; 5) стратегию реструктурирования.

- ☐ 1, 3, 4
- ☐ 3.5
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5
- ☒ 1, 2, 4

306 Группа стратегий, которой относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию:

- ☐ диверсификации;
- ☐ сокращения;
- ☐ ликвидации.
- ☒ концентрированного роста;
- ☐ интегрированного роста;

307 Базовые стратегии: 1) стратегия роста; 2) стратегия сокращения; 3) стратегия достижения конкурентных преимуществ; 4) комбинированная стратегия; 5) стратегия лидера.

- ☐ 1, 3, 4
- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 3.5
- ☐ 2, 3, 5

308 Интегрированный рост организации предполагает... 1) развитие продукта (его совершенствование или создание нового); 2) реализацию технологически новой продукции на существующих рынках; 3) реализацию технологически новой продукции на новых рынках; 4) получение в собственность и установление контроля за поставщиками; 5) либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 3, 4
- ☒ 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5

309 Конкретным типом стратегий концентрированного роста является следующая: фирма делает все, чтобы с данным продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции. Этот тип стратегии требует для реализации больших маркетинговых усилий. Возможны также попытки осуществления так называемой горизонтальной интеграции, при которой фирма пытается установить контроль над своими конкурентами. Это стратегия:

- ☐ стратегия роста;
- ☐ стратегия развития рынка;
- ☒ стратегия усиления позиции на рынке;
- ☐ стратегия сокращения.
- ☐ стратегия развития продукта;

310 Конкретным типом стратегий концентрированного роста является следующая: поиск новых рынков для уже производимого продукта. Это стратегия:

- ☐ стратегия роста;
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке;
- ☒ стратегия развития рынка;
- ☐ стратегия дифференцирования
- ☐ стратегия развития продукта;

311 Конкретным типом стратегий концентрированного роста является следующая: решение задачи роста за счет производства нового продукта, который будет реализовываться на уже освоенном фирмой рынке. Это стратегия:

- ☐ стратегия роста;
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке;
- ☒ стратегия развития продукта
- ☐ стратегия фокусирования
- ☐ стратегия развития рынка;

312 Конкретным типом стратегий интегрированного роста является следующая: рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над поставщиками. Это стратегия:

- ☐ стратегия горизонтальной интеграции;
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке;
- ☒ стратегия обратной вертикальной интеграции
- ☐ стратегия сокращения.
- ☐ стратегия вперед идущей вертикальной интеграции;

313 Конкретным типом стратегий интегрированного роста является следующая: выражается в росте фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, а именно системами распределения и продажи. Это стратегия

- ☐ стратегия горизонтальной диверсификации;
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке;
- ☒ стратегия вперед идущей вертикальной интеграции;
- ☐ стратегия дифференциации.
- ☐ стратегия обратной вертикальной интеграции

314 Конкретным типом стратегий диверсифицированного роста является следующая: базируется на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новых продуктов, которые заключены в существующем бизнесе. Это стратегия

- ☐ стратегия конгломеративной диверсификации;
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке
- ☒ стратегия центрированной диверсификации
- ☐ стратегия обратной вертикальной интеграции
- ☐ стратегия горизонтальной диверсификации

315 Конкретным типом стратегий диверсифицированного роста является следующая: предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой. Это стратегия

- ☐ стратегия горизонтальной диверсификации;
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке
- ☒ стратегия конгломеративной диверсификации;
- ☐ стратегия концентрации
- ☐ стратегия центрированной диверсификации

316 Конкретным типом стратегий диверсифицированного роста является следующая: состоит в том, что фирма расширяется за счет производства технологически не связанных с уже производимыми новых продуктов, которые реализуются на новых рынках. Это стратегия

- ☐ стратегия горизонтальной диверсификации
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке
- ☒ г)) стратегия конгломеративной диверсификации;
- ☐ стратегия
- ☐ стратегия центрированной диверсификации

317 Конкретным типом стратегий сокращения является следующая: основной идеей является поиск возможностей уменьшения издержек и проведение соответствующих мероприятий по сокращению затрат. Это стратегия

- ☐ стратегия сокращения
- ☐ стратегия ликвидации;
- ☒ стратегия сокращения расходов;
- ☐ стратегия минимизации издержек.
- ☐ стратегия «сбора урожая»;

318 Конкретным типом стратегий сокращения является следующая: заключается в том, что фирма закрывает или продает одно из своих подразделений или бизнесов, чтобы осуществить долгосрочное изменение границ ведения бизнеса. Это стратегия:

- ☐ стратегия сокращения расходов;
- ☐ стратегия ликвидации
- ☒ стратегия сокращения
- ☐ стратегия риска
- ☐ стратегия «сбора урожая

319 Конкретным типом стратегий сокращения является следующая: предполагает отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе. Это стратегия

- ☐ стратегия дифференциации.
- ☐ стратегия сокращения расходов
- ☐ стратегия сокращения;
- ☐ стратегия ликвидации;
- ☒ стратегия «сбора урожая

320 Конкретным типом стратегий сокращения является следующая: предельный случай стратегии сокращения и осуществляется тогда, когда фирма не может вести дальнейший бизнес. Это стратегия

- ☒ стратегия ликвидации;
- ☐ стратегия сокращения;
- ☐ стратегия «сбора урожая»;
- ☐ стратегия дифференциации
- ☐ стратегия сокращения расходов;

321 Какие из названных позиций правильно характеризуют стратегию развития предприятия:

- ☐ программа развития предприятия;
- ☐ прогноз развития предприятия;
- ☒ модель действий для достижения поставленных целей;
- ☐ структура целей предприятия
- ☐ план развития предприятия;

322 Стадии жизненного цикла, на которых используется стратегическая модель развития предприятия «ускоренный рост»: 1) рождение; 2) детство; 3) юность; 4) ранняя зрелость; 5) окончательная зрелость (стабильность).

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 3, 4
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3, 5

323 Какой уровень управления организацией должен вырабатывать и проводить политику взаимодействия с внешней средой

- ☐ тактический
- ☐ низовой
- ☒ высший
- ☐ функциональный
- ☐ средний

324 Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли:

- ☐ сокращения;
- ☐ концентрированного роста;
- ☒ диверсифицированного роста;
- ☐ ликвидации.
- ☐ интегрированного роста;

325 Определение степени концентрации продаж и прибылей фирмы в одной стратегической зоне хозяйствования помогает:

- ☐ повысить эффективность;
- ☐ оценить эффект синергии;
- ☒ оценить стратегическую уязвимость фирмы;
- ☐ улучшить качество продукции.
- ☐ осуществить балансирование стратегических зон хозяйствования на различных стадиях жизненного цикла;



326 Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли:

- ☐ сокращения;
- ☐ концентрированного роста;
- ☒ диверсифицированного роста;
- ☐ ликвидации.
- ☐ интегрированного роста;

327 Стратегией диверсифицированного роста является следующая: состоит в том, что фирма расширяется за счет производства технологически не связанных с уже производимыми новыми продуктами, которые реализуются на новых рынках. Это стратегия:

- ☐ стратегия горизонтальной диверсификации;
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке;
- ☒ стратегия конгломеративной диверсификации;
- ☐ другое
- ☐ стратегия центрированной диверсификации;

328 Стратегия стабильности характеризуется:

- ☐ разработкой нового товара
- ☐ расширением функций и повышением ряда показателей организации.
- ☒ отказом организации от существенных перемен
- ☐ изменением в товарах и услугах.
- ☐ развитием рынка

329 Экономические методы воздействуют на личные интересы работников через:

- ☐ дисциплину
- ☐ правильно поставленную критику
- ☒ заработную плату, премии, штрафы
- ☐ социальные льготы
- ☐ ценообразование

330 Какая последовательность приоритетов позволит фирме добиться успеха:

- ☐ Люди - прибыль - продукция.
- ☐ Прибыль - люди - продукция.
- ☒ Люди - продукция - прибыль.
- ☐ Прибыль-продукция-люди
- ☐ Продукция - прибыль - люди.

331 Любое предприятие независимо от его правовой формы обязано иметь

- ☐ штатных сотрудников.
- ☐ помещение, офис.
- ☒ руководство
- ☐ информационные технологии
- ☐ средства, оборудование.

332 Ключевым фактором в любой модели управления являются:

- ☐ Структура управления.
- ☐ Средства производства.

- ☒ Люди.
- ☐ Идеи
- ☐ Финансы.

333 Высокая текучесть кадров, жалобы, производственные травмы и возмущение со стороны работников — все это характерные признаки корпоративной культуры:

- ☐ «развития»
- ☐ «выживания»
- ☐ «действия»
- ☒ «существования»
- ☐ «процветания»

334 При отборе кандидатов ему следует учесть три безусловных критерия, обеспечивающих долговременный успех. Ниже приведены четыре. Укажите лишний:

- ☐ самостоятельность
- ☐ способности
- ☒ совместимость
- ☐ инициативность
- ☐ соответствие

335 К характерным особенностям корпоративной культуры, в которой отношение к людям имеет большое значение, не относится:

- ☐ тесное сотрудничество и работа в команде
- ☐ активная работа и позитивный настрой сотрудников
- ☒ «парковочное» общение
- ☐ командная работа
- ☐ уважительное и открытое общение

336 Совокупность основных руководящих ориентиров, которым необходимо следовать в управленческой деятельности — это

- ☐ методы
- ☐ законы
- ☐ функции
- ☐ школы управления
- ☒ принципы

337 Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

- ☐ в создании корпоративной культуры слова значат больше действий
- ☐ корпоративная культура медленно, день за днем, формируется решениями и действиями, отражающими приоритеты руководителей
- ☒ корпоративная культура появляется, как правило, сама собой, достаточно лишь руководству компании продекларировать свое видение будущего и отношение к ценностям
- ☐ Корпоративная культура — результат целенаправленной деятельности
- ☐ корпоративная культура слабо влияет на характер сотрудников и реакцию покупателей

338 Организационная культура- это

- ☐ совокупность людей, организаций, предприятий, с которыми фирма вступает во взаимоотношения
- ☒ это сформированная на протяжении всей истории предприятия совокупность приемов и правил адаптации организации к требованиям внешней среды и формирования внутренних отношений между группами работающих развития корпорации

- ☐ стратегия, направленная на защиту окружающей среды
- ☐ стратегия, базирующаяся на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новой продукции

339 Выделяют факторы, определяющие формирование и применение организационной культуры: 1. ценности и убеждения высшего руководства 2. свойства продукции 3. реакция руководства на критические ситуации 4. анализ стратегии 5. выбор альтернатив

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3, 5

340 Выделяют факторы, определяющие формирование и применение организационной культуры: 1. технические факторы 2. географические факторы 3. отношение к работе и стиль поведения руководителей; 4. мотивация персонала 5. критерии отбора, назначения, продвижения и увольнения из организации.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3, 5

341 Аудит человеческих ресурсов это: 1. Исследование численности персонала 2. Исследование умений персонала 3. Исследование структуры персонала 4. Исследование возрастных мотивационных персонала 5. Исследование характеристики персонала

- ☐ 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3, 5

342 На формирование культуры оказывает влияние: 1. Деловая среда 2. Организационная среда 3. Технологическая среда 4. Финансовая среда 5. Социальная среда

- ☐ 3, 4
- ☐ 1, 2
- ☒ 1, 5
- ☐ 4, 2
- ☐ 2, 3

343 Культура компании это: 1. Убеждения 2. Обычаи 3. Возраст 4. Опыт 5. Образ мышления

- ☐ 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 4, 3
- ☐ 2, 3, 5

344 Парадигма организации это:

- ☐ Взгляд
- ☐ Система

- ☒ Мировоззрение
- ☐ Окружение
- ☐ Позиция

345 Культурная сеть включает: 1. Легенды 2. Символы 3. Производственные отношения 4. Ритуалы

- ☐ 3, 4
- ☐ 1
- ☒ 1, 2, 3, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 2

346 Культурная сеть включает:

- ☐ Структуры власти
- ☐ Ритуалы
- ☐ Легенды
- ☒ Все перечисленные
- ☐ Символы

347 Типы культур по классификации Хэнди: 1. Культуры основанные на власти 2. Межличностные культуры 3. Целевые культуры 4. Личностно-ориентированные культуры

- ☐ 2, 4
- ☐ 1, 3
- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 1, 2
- ☐ 2, 3, 4

348 Типы культур по классификации Майлза и Сноу: 1. Культуры защитники 2. Культуры разведчики 3. Культуры оборонители 4. Реактивные культуры

- ☐ 3, 4
- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 3
- ☐ 2, 3, 4

349 Количество типов культур по классификации Майлза и Сноу:

- ☐ 6
- ☐ 3
- ☒ 4
- ☐ 7
- ☐ 5

350 Количество типов культур по классификации Хэнди:

- ☐ 6
- ☐ 2
- ☒ 5
- ☐ 3
- ☐ 5

351 Что является главным определяющим фактором культуры организации:

- ☐ Среда организации
- ☐ Люди
- ☒ Конфигурация человеческих ресурсов
- ☐ Руководство организации
- ☐ Межличностные отношения

352 Организационная культура - это:

- ☐ правила поведения
- ☐ этикет и правила поведения, принятые в фирме
- ☒ совокупность разделяемых персоналом ценностей идей и норм
- ☐ норматив поведения в организации
- ☐ закреплённый приказом регламент деятельности персонала

353 Анализ кадрового потенциала - это:

- ☐ оценка персонала при проектировании организации
- ☐ оценка потребности в персонале предприятия после реструктуризации
- ☒ комплексная оценка количественного и качественного состава персонала
- ☐ анализ перспективных кадров
- ☐ оценка потенциальных возможностей существующего персонала

354 В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать:

- ☐ на эффективность планирования
- ☐ его обязанности и сферу приложения усилий, а не на желаемый результат
- ☒ на желаемый результат, а не на его обязанности и сферу приложения усилий
- ☐ на сферу приложения усилий и ответственность
- ☐ на желаемый результат, и на его обязанности и сферу приложения усилий в комплексе

355 Система специфического внутрифирменного образования (корпоративные университеты) - это:

- ☐ заключение договоров с вузами на подготовку собственных специалистов
- ☐ тренинги на основе приглашения внешних специалистов и консультантов
- ☒ структурное подразделение организации, выполняющее определенный набор функций, включая образовательные
- ☐ специальные курсы
- ☐ региональные курсы повышения квалификации

356 Сегментация стратегических зон хозяйствования — это:

- ☐ деление рынка
- ☐ выбор перспективных рынков для организации
- ☒ деление сферы деятельности организации на крупные блоки ответственные отдельным важным и прибыльным для организации направлениям
- ☐ деление производителей по конечной продукции
- ☐ разделение рынков сбыта продукции для предприятия

357 Анализ сегментов рынка — это:

- ☐ анализ покупателей
- ☐ анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции
- ☒ анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятием

- ☐ анализ продавцов
- ☐ анализ конкурирующей продукции на рынке

358 Окружающая среда организации включает:

- ☐ среду прямого воздействия
- ☐ партнеров и конкурентов
- ☒ правовые, экономические, технологические, экологические, ресурсные, рыночные и прочие аспекты окружения
- ☐ среду косвенного воздействия
- ☐ микроокружение, т. е. спрос, поставщиков, потребителей и пр.

359 Анализ потенциала организации включает:

- ☒ анализ сильных и слабых сторон в сравнении с конкурентами достаточность ресурсов и пр.
- ☐ анализ трудовых ресурсов
- ☐ рыночные возможности организации (производство- сбыт)
- ☐ только производственные возможности организации
- ☐ анализ техники и технологии

360 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли («ближнее окружение»). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор «оценка и сравнение рыночных позиций конкурирующих компаний»

- ☐ возможные действия конкурентов
- ☐ формы и интенсивность конкуренции
- ☒ сильные и слабые конкуренты
- ☐ компетенции
- ☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе

361 Характерные особенности Машинной бюрократии (назовите несоответствующее) по Г. Минцбергу

- ☐ Координация и контроль осуществляются средствами стандартизации
- ☐ Раздугая средняя линия
- ☒ Гибка, чувствительна к изменениям, неустойчива
- ☐ большая возможность экономии на издержках массового производства
- ☐ Значительный технический и вспомогательный штаты

362 Исходным процессом в стратегическом управлении является:

- ☐ анализ внешней среды
- ☐ выбор стратегии
- ☒ анализ среды
- ☐ оценка стратегии
- ☐ определение миссии и целей

363 К какой составляющей ПЭСТ – анализа относятся- доходы, уровень жизни, обменные курсы.

- ☐ демографической
- ☐ социальной
- ☒ экономической
- ☐ политической
- ☐ технологической

364 В основе анализа среды деятельности предприятия должны лежать следующие общеметодологические принципы: 1) принцип конкурентоспособности; 2) динамический принцип и принцип сравнительного анализа; 3) системный подход; 4) принцип учета специфики предприятия; 5) комплексный анализ.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 2, 3, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5

365 Составляющие внешней среды: 1) микроокружение; 2) мегаокружение; 3) макроокружение; 4) миниокружение; 5) социоокружение.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5

366 Функциональный анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

- ☐ генеральным директором
- ☐ собранием акционеров
- ☒ службой маркетинга
- ☐ бухгалтерией
- ☐ планово-экономической службой

367 Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

- ☐ стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☒ корпоративная стратегия
- ☐ генерическая стратегия
- ☐ бизнес-стратегия

368 Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что.....

- ☐ окружение высокотурбулентно
- ☐ окружение не будет изменяться
- ☒ в окружении постоянно будут происходить изменения
- ☐ окружение стабильно
- ☐ в окружении не будет происходить качественные изменения

369 Основные области выработки стратегии поведения фирмы на рынке: 1) лидерство в минимизации издержек; 2) стратегии поведения в конкурентной среде; 3) специализация в производстве продукции; 4) фиксирование определенного сегмента рынка и концентрация усилий; 5) фирмы на этом рыночном сегменте.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3, 4, 5

- ☐ 4.2  
☐ 2,3, 5

370 Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность, исходя из того, что:

- ☐ окружение не всегда будет изменяться;  
☐ окружение не будет изменяться;  
☒ в окружении постоянно будут происходить изменения  
☐ окружение не влияет на организацию.  
☐ в окружении не будет происходить качественных изменений;

371 Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли («ближнее окружение»). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор «соперничество между участниками отрасли, возможность вхождения в отрасль новых конкурентов, конкуренция со стороны производителей товаров заменителей, влияние поставщиков, влияние компаний – потребителей»

- ☐ возможные действия конкурентов;  
☐ сильные и слабые конкуренты;  
☒ формы и интенсивность конкуренции;  
☐ компетенции  
☐ ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе;

372 Какой из перечисленных факторов относится к внешней среде организации прямого воздействия: 1) потребители; 2) рынок; 3) конкуренты; 4) поставщики; 5) акционеры

- ☐ 1, 2, 4  
☐ 4.2  
☐ 3.5  
☐ 2,3, 5  
☒ 1, 3, 4, 5

373 Какие из названных факторов внешней среды организации относятся к факторам косвенного воздействия: 1) политика государства; 2) правовая среда; 3) инфраструктура; 4) природно-географические условия; 5) финансово-кредитная политика

- ☐ 3.5  
☐ 1, 2, 4  
☒ 1, 2, 4, 5  
☐ 4.2  
☐ 2,3, 5

374 Какой из перечисленных факторов относится к внешней среде организации прямого воздействия: 1) потребители; 2) рынок; 3) конкуренты; 4) поставщики; 5) акционеры.

- ☐ 3.5  
☐ 1, 2, 4  
☒ 1, 3, 4, 5  
☐ 4.2  
☐ 2,3, 5

375 Какие из названных факторов внешней среды организации относятся к факторам косвенного воздействия: 1) политика государства; 2) правовая среда; 3) инфраструктура; 4)



природно-географические условия;5) финансово-кредитная политика

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

376 К чему следует отнести потребителей продукции

- ☐ к факторам макросреды;
- ☐ к факторам внутренней среды организации
- ☒ к факторам непосредственного окружения организации
- ☐ к факторам микросреды.
- ☐ к факторам общего внешнего окружения организации

377 Что из нижеперечисленного характеризует организацию как открытую систему:1) взаимодействие с внешней средой;2) источник энергии (ресурсов) внутри себя;3) получение ресурсов из внешней среды;4) реагирование на изменение факторов внешней среды;5) взаимодействие субъекта и объекта управления

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

378 Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что

- ☐ в окружении будут происходить циклические изменения;
- ☐ окружение не будет изменяться;
- ☒ в окружении постоянно будут происходить изменения
- ☐ в окружении будут происходить социальные и экономические изменения
- ☐ в окружении не будет происходить качественных изменений

379 Поиск новых рынков для уже производимого продукта. Это стратегия:

- ☐ стратегия роста
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке
- ☒ стратегия развития рынка
- ☐ стратегия изменения.
- ☐ стратегия развития продукта

380 Конкурентная среда организации определяется:

- ☐ фирмами, производящими замещающий продукт
- ☐ только внутриотраслевыми конкурентами;
- ☒ только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом
- ☐ конкурентными фирмами
- ☐ ) внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию

381 Внешнюю среду современной фирмы можно охарактеризовать как

- ☐ Постоянную

- ☐ Простую
- ☒ Динамичную
- ☐ стабильную
- ☐ Предсказуемую

382 Основная цель анализа внешней среды организации - это:

- ☐ Управление производственными процессами
- ☐ Сравнительный анализ конкурентных преимуществ
- ☒ Выявление возможностей и угроз
- ☐ Выявление потенциала
- ☐ Анализ использования потенциала фирмы

383 . Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации - это:

- ☐ уровень развития
- ☐ уровень специализации поставщика;
- ☒ концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами;
- ☐ уровень цен
- ☐ темпы инфляции и нормы налогообложения.

384 Анализ сегментов рынка - это:

- ☐ анализ деятельности конкурентов
- ☐ анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятием
- ☒ анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции
- ☐ анализ деятельности внутри фирмы
- ☐ анализ конкурирующей продукции на рынке

385 Сегментация стратегических зон хозяйствования - это:

- ☐ разделение рынков сбыта продукции для предприятия
- ☒ деление сферы деятельности организации на крупные блоки, соответствующие отдельным, важным и прибыльным для организации направлениям
- ☐ нет правильного ответа
- ☐ группа потребителей со схожими характеристиками
- ☐ выбор перспективных рынков для организации

386 Первый этап разработки стратегия любой организации - это

- ☐ сбытовой политики
- ☐ анализ внутренней среды
- ☒ анализ внешней (окружающей) среды
- ☐ анализ ресурсов
- ☐ анализ конкурентов

387 Что такое внешняя среда организации?

- ☐ транспортировщики
- ☐ потребители
- ☒ все факторы, которые находятся за пределами организации
- ☐ нету верного ответа
- ☐ посредники

388 На какие две части делиться внешняя среда существования организации: 1) ближняя 2) собственная 3) личная 4) предпочтительная 5) дальняя

- ☐ 4, 5
- ☐ 1, 2
- ☒ 1, 5
- ☐ 3, 4
- ☐ 2, 3

389 Ближнее окружение ... влияет на организации:

- ☐ сильно
- ☐ косвенно
- ☒ непосредственно
- ☐ слабо
- ☐ не

390 Дальнее окружение ... влияет на организацию:

- ☐ сильно
- ☐ косвенно
- ☒ непосредственно
- ☐ слабо
- ☐ не

391 . К основным видам деятельности в цепочке ценностей относят: 1) материально-техническое обеспечение ;2) продажи ;3) закупки;4) управление людскими ресурсами;5) производство.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 4, 2
- ☐ 2,3, 5

392 Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем- это....

- ☐ проблемный анализ;
- ☐ STEP – анализ
- ☒ «управленческий анализ
- ☐ системный анализ
- ☐ SWOT- анализ;

393 . Основные виды деятельности в цепочке ценностей: 1) материально-техническое обеспечение;2) продажи;3) закупки;4) управление людскими ресурсами;5) производство

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2,
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

394 Материальные активы включают: 1. Патентные права 2. Запасы 3. Здания 4. Финансы 5. Бренды

- ☐ 1,3,4

- ☐ 1,2,3
- ☒ 2,3,4
- ☐ 2,3,5
- ☐ 3,4,5

395 Нематериальные активы включают: 1. Патентные права 2. Деловую репутацию организации 3. Здания 4. Финансы 5. Бренды

- ☐ 1,3,4
- ☐ 1,2,3
- ☒ 1,3,5
- ☐ 2,3,4
- ☐ 3,4,5

396 Анализ ресурсов можно проводить: 1. по категориям ресурсов 2. по использованию ресурсов 3. по специфичности ресурсов 4. по источникам ресурсов 5. по результатам деятельности

- ☐ 2,3,4
- ☐ 3,4,5
- ☒ 1,2,3
- ☐ 1,3,5
- ☐ 1,3,4

397 Анализ по категориям включает ресурсы: 1. человеческие (численность работников, уровень квалификации, опыт работы, мотивация); 2. финансовые (инвестиции, уровень прибыли); 3. производственно-технологические; 4. материальные (сырье); 5. продуктовые (готовый товар).

- ☐ 2,3,4
- ☐ 3,4,5
- ☒ 1,2,3
- ☐ 1,3,5
- ☐ 1,3,4

398 Анализ по категориям включает ресурсы: 1. производственно-технологические (надежность оборудования); 2. материальные (сырье); 3. продуктовые (готовый товар); 4. информационные (уровень автоматизации производства, информационных технологий); 5. коммуникационные (взаимоотношения с поставщиками, потребителями, уровень РЯ-политики компании).

- ☐ 2,3,4
- ☐ 3,4,5
- ☒ 1,4,5
- ☐ 1,3,5
- ☐ 1,3,4

399 Анализ по категориям включает ресурсы: 1. материальные (сырье); 2. финансовые (инвестиции, уровень прибыли); 3. производственно-технологические (надежность оборудования); 4. продуктовые (готовый товар); 5. коммуникационные (взаимоотношения с поставщиками, потребителями, уровень РЯ-политики компании).

- ☐ 2,3,4
- ☐ 1,2,4
- ☒ 2,3,5

- ☐ 3,4,5  
☐ 1,4,5

400 Анализ по специфичности включает ресурсы:

- ☐ Основные, второстепенные  
☐ Прямые, косвенные  
☒ Специфичные, неспецифичные ресурсы  
☐ Первичные, вторичные  
☐ Постоянные, непостоянные

401 К составляющим внешней среды относят:1) макроокружение;2) мегаокружение;3) микроокружение;4) миниокружение;5) косвенное окружение.

- ☐ 3, 5  
☐ 1, 2, 4  
☒ 1, 3  
☐ 4, 2  
☐ 2, 3, 5

402 Функционально анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

- ☐ генеральным директором  
☐ собранием акционеров  
☒ службой маркетинга  
☐ бухгалтерией  
☐ планово-экономической службой

403 К какой составляющей SWOT- анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы?1) сильные стороны;2) слабые стороны; 3) возможности;4) угрозы;5) недостатки

- ☐ 2, 5  
☐ 2, 4  
☒ 1, 2  
☐ 1, 5  
☐ 1, 4

404 SWOT-анализ происходит на ступени ситуационного анализа.

- ☐ 4-й  
☐ 1-й  
☒ 2-й  
☐ 5-й.  
☐ 3-й

405 SWOT-анализ включает:1) анализ возможностей организации и вероятных угроз;2) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами;3) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков;4) анализ поставщиков;5) анализ покупателей

- ☐ 2, 3  
☐ 2, 4  
☒ 1, 2  
☐ 1, 5

☐ 3, 4

#### 406 Различия STEP и SWOT анализов

- ☐ сначала проводится STEP -анализ, а после PEST анализ;
- ☐ SWOT анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации;
- ☒ предметом SWOT - анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP - анализа только ее внешняя макросреда
- ☐ PEST-анализ проводится чаще, чем STEP -анализ.
- ☐ SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP - анализ - ее возможностей и внешних угроз;

#### 407 Эволюционное развитие из стратегического планирования, которое составляет его сущностную основу, это:

- ☐ долгосрочное планирование;
- ☐ стратегическое планирование
- ☒ стратегическое управление
- ☐ тактическое планирование
- ☐ среднесрочное планирование;

#### 408 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Организация, действующая в динамичных условиях внешней среды, должна обладать единством целей, интересов и принципов управления»?

- ☐ выделение доминанты развития
- ☐ разделение труда
- ☒ единство направления;
- ☐ единоначалие.
- ☐ экономичность и эффективность;

#### 409 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения ее целей. Определение на базе научного

- ☐ единство направления
- ☐ разделение труда
- ☒ научность
- ☐ системность.
- ☐ экономичность и эффективность

#### 410 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Разработка и реализация стратегии организации строится исходя из имеющихся ресурсов и нацелена на превышение результатов над затратами в определенном плановом периоде

- ☐ рациональность.
- ☐ единство направления;
- ☐ разделение труда
- ☒ экономичность и эффективность
- ☐ выделение доминанты развития;

411 Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Интересы одного работника или группы работников не должны превалировать организации» над интересами

- ☐ выделение доминанты развития;
- ☐ разделение труда
- ☒ подчиненность личных интересов общим;
- ☐ мотивации
- ☐ единство направления

412 Позиции, по которым стратегический план отличается от других видов плана:1) структура;2) степень точности;3) объем;4) период действия;5) цели

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

413 Характерные черты стратегического планирования:1) содержит совокупность глобальных идей развития фирмы;2) устремлен на краткосрочную перспективу;3) служит основой для любого другого вида планирования4) предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период;5) не обуславливает изучение внешней и внутренней среды хозяйствования

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

414 Верные определения:1) стратегическое планирование более узкое понятие, чем стратегический менеджмент;2) стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а С стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов;3) стратегическое планирование – инструмент управления планами, а стратегический менеджмент – организационный инструмент;4) стратегическое планирование – организационный инструмент, стратегический менеджмент – аналитический процесс;5) в стратегическом планировании используются экономические и технологические переменные, а в стратегическом менеджменте, кроме того, учитываются психологические, социологические, социологические и политические факторы

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

415 Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы планирования себестоимости, доходов, прибыли, рентабельности и т.

- ☐ стратегический план производства
- ☐ базовая стратегия;
- ☒ стратегический финансовый план
- ☐ экономический план.

- ☐ стратегический организационный план;

416 Стратегическое планирование – это

- ☐ процесс определения стратегии  
☐ стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения  
☒ процесс разработки стратегии фирмы с конкретизацией в форме стратегического плана на длительный период времени; комплекс решений и действий по разработке стратегии, необходимых для достижения целей фирмы  
☐ планирование стратегических альтернатив  
☐ комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров

417 Раздел стратегического плана предприятия, в котором находят отражение показатели объема производства продукции в целом и по видам:

- ☐ финансовые ресурсы;  
☐ маркетинг;  
☒ производство  
☐ общий раздел.  
☐ трудовые ресурсы

418 Раздел стратегического плана предприятия, в котором рассматриваются вопросы концепции стратегического маркетинга, анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, классификации и анализа конкурентов, планирования сбыта и товародвижения, планирования рекламной кампании:

- ☐ стратегический организационный план;  
☐ миссия и стратегические цели предприятия  
☒ стратегический план маркетинга;  
☐ стратегический план производства  
☐ стратегический анализ

419 Характерные особенности стратегических решений: 1) инновационны по своей природе; 2) направлены на решение конкретных задач; 3) неопределенны по своей природе; 4) субъективны по своей природе; 5) объективны по своей природе

- ☐ 3.5  
☐ 1, 2, 4  
☒ 1, 3, 4  
☐ 4.2  
☐ 2, 3, 5

420 Стратегический менеджмент включает элементы всех предшествующих систем управления:

- ☐ экстраполяция, бюджетирование, долгосрочное планирование  
☐ бюджетирования, перспективного и стратегического планирования;  
☒ бюджетирование, стратегическое планирование, стратегическое управление  
☐ долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегическое управление  
☐ прогнозирования, бюджетирования, перспективного планирования;

421 Важнейшие вопросы, в ответе на которые заключается сущность стратегического менеджмента: 1) в каком положении предприятие находится в настоящее время; 2) какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию; 3) реальны ли установленные цели; 4) в каком положении оно хотело бы находиться через три, пять, десять



лет;5) каким способом достигнуть желаемого.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

422 К числу стратегических решений можно отнести:1) реконструкцию предприятия;2) внедрение новой технологии;3) пересмотр условий постановки;4) выход на новые рынки сбыта;5) приобретение, слияние предприятий

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

423 Маркетинговая стратегия представляет собой

- ☒ воплощение комплекса принципов, с помощью которых формируются конкретные цели маркетинга на определенный период и организуется достижение этих целей с учетом возможностей конкретного субъекта рынка;
- ☐ результат целенаправленной работы профессионалов-маркетологов по формированию цепочки ценностей для потребителя
- ☐ комплекс планов изучения рынка, формирования товарного ассортимента, ценовой политики, коммуникационной и сбытовой деятельности
- ☐ комплекс приемов поведения предпринимателей на рынке
- ☐ выбор рынка

424 Профессионально сделанная маркетинговая стратегия гарантирует фирме

- ☐ непротиворечивость решений конкретных управленческих проблем и оптимальное достижение поставленных целей организации на рынке;
- ☐ правильный базовый выбор рыночных целей организации и основных средств их достижения, с определенными запасными вариантами
- ☒ завоевание максимальной доли рынка
- ☐ непротиворечивость решений конкретных управленческих проблем и оптимальное достижение поставленных целей организации на рынке;
- ☐ единственно возможный путь достижения наибольших коммерческих выгод

425 Чем отличается тактический план от операционного

- ☐ операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические – достигать отдельные тактических целей
- ☐ тактический план шире операционного, позволяет осуществить стратегические цели;
- ☒ тактические планы разрабатываются для реализации стратегических планов, но с учетом конкретных условий сегодняшнего дня, а операционные определяют последовательность и механизмы осуществления отдельных действий
- ☐ тактический план реализуется всегда, а операционный нет
- ☐ операционные и тактические планы – это одно и то же

426 Достичь наивысшей производительности труда при производстве всех (или определенных) видов продукции. К какой подсистеме относится данная цель?

- ☐ менеджмент
- ☐ маркетинг;

- ☒ производство;
- ☐ инновации
- ☐ финансы

427 В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать....

- ☐ его обязанности и сферу приложения усилий, на желаемый результат
- ☐ на его обязанности
- ☒ на желаемый результат;
- ☐ на его обязанности и сферу приложения усилий в комплексе
- ☐ сферу приложения усилий

428 30. Стратегия управления персоналом относится к..... стратегиям:

- ☐ отраслевым;
- ☐ базовым
- ☒ функциональным;
- ☐ стержневым
- ☐ корпоративным;

429 Какие из названных факторов оказывают ключевое влияние на выбор стратегии предприятия: 1) финансовые возможности; 2) квалификация работников; 3) место размещения предприятия; 4) степень риска, заложенная в стратегии; 5) возраст руководителя предприятия

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3,

430 По мнению Г. Минцберга определение положения организации по внешней среде и относительно своих главных конкурентов – это понятие стратегии

- ☐ как принципа поведения;
- ☐ как плана;
- ☒ как позиции
- ☐ как перспективы.
- ☐ как ловкого приема;

431 Стратегии организации нацелены в основном

- ☐ конечного потребителя;
- ☐ на поведение на рынке;
- ☒ организационно-функциональное развитие в сочетании с продуктово-рыночным
- ☐ сегмент рынка.
- ☐ внутреннее совершенствование

432 Стратегическая зона хозяйствования – это

- ☐ потребительский рынок;
- ☐ основной сложившийся вид деятельности предприятия
- ☒ один из основных видов деятельности (сегментов рынка) на которое предприятие или имеет выход, или предполагает выйти;
- ☐ совокупность рынков и покупателей
- ☐ виды деятельности, соответствующие стратегии развития предприятия;

433 Кто считает, что стратегия это: стратегия – план действий; стратегия –прикрытие, т.е. действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих противников; стратегия – порядок действий, т.е. план может быть нереализуем, но порядок действий должен быть обеспечен в любом случае; стратегия – позиция в окружающей среде, т. е. связь со своим окружением; стратегия – перспектива; т. е. видение того состояния, к которому надо стремиться

- ☐ МакКинсей
- ☐ Квин
- ☒ Минцберг
- ☐ И. Ансофф
- ☐ Портер;

434 Фактор, оказывающий решающее значение на формирование различных вариантов стратегий:

- ☐ основные характеристики продукта;
- ☐ поставщики;
- ☒ потребители и их предпочтения;
- ☐ стратегический потенциал организации.
- ☐ конкуренты;

435 . Если преобладает ценовая конкуренция, то более эффективной будет стратегия:

- ☐ дифференциации сервиса;
- ☐ дифференцированной продукции;
- ☒ лидерства по издержкам;
- ☐ фокусирование.
- ☐ инноваций;

436 Амбициозный подход основан на:

- ☐ конкурентной позиции фирмы;
- ☐ оценке реализации.
- ☐ оценке темпов роста рынка;
- ☐ поиске ответов на вопросы, где и как конкурировать;
- ☒ внутренних и внешних компетенциях, динамических способностях фирмы;

437 Стратегии для компаний – преследователей:1) наступательная стратегия для захвата доли рынка;2) стратегия превосходящего качества;3) стратегия роста за счет поглощения конкурентов;;4) стратегия отличительного имиджа;5) завоевание лидерства по издержкам.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

438 Стратегии выхода из кризиса:1) распродажа части активов для получения наличных средств и спасения оставшейся части бизнеса;2) устранение пробелов в технических или производственных навыках и опыте;3) пересмотр текущей стратегии;4) придание товару тех свойств, за которые потребитель согласен платить; повышение цены товара для покрытия издержек дифференциации; 5) сокращение издержек.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4

- ☒ 1, 2, 3, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

439 Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли это:

- ☐ сокращения;
- ☐ концентрированного роста;
- ☒ диверсифицированного роста;
- ☐ восстановления.
- ☐ интегрированного роста;

440 Стратегия, предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – стратегия:

- ☐ конгломератной диверсификации;
- ☐ развития продукта;
- ☒ «сбора урожая»
- ☐ сокращения расходов.
- ☐ обратной вертикальной интеграции;

441 Стратегии, входящие в «стратегическую пирамиду» одноотраслевого предприятия:1) корпоративная;2) деловая;3) функциональные;4) операционные;5) стержневые.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 2, 3, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 4

442 Стратегии, образующие «стратегическую пирамиду» крупной диверсифицированной компании:1) корпоративная стратегия;2) стратегия горизонтальной интеграции;3) функциональная стратегия;4) деловая стратегия;5) операционная стратегия.

- ☐ 4.2
- ☐ 3.5
- ☒ 1, 4, 3
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 2,3, 5

443 Организационные уровни пирамиды разработки стратегии для однопрофильной компании:1) бизнес-стратегии;2) высший уровень иерархии;3) функциональные стратегии.4) средний уровень иерархии;5) операционные стратегии.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

444 Факторы, которые включает в себя понятие стратегического менеджмента:1) организационные;2) социальные;3) экономические;4) правовые;5) политические

- ☐ 3.5

- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 2, 3, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

445 Кто считается предшественником стратегического управления и первым стратегом

- ☐ китайские философы
- ☐ военные стратеги и мыслители
- ☒ философы древности и военные стратеги;
- ☐ египтяне.
- ☐ немецкие военные стратеги

446 Что из перечисленного относится к факторам, оказывающим влияние на конкуренцию (по Майклу Портеру): 1) рыночная власть продавца; 2) конкуренция внутри отрасли; 3) угроза появления субститутов (товаров-заменителей); 4) конкуренция внутри отрасли; 5) угроза вторжения новых конкурентов.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

447 Сегментация рынка – это:

- ☐ стратегия выборочного проникновения на рынок
- ☐ разделение рынка на отдельные части (сегменты);
- ☒ деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса
- ☐ распределение товаров по рынкам
- ☐ структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах

448 Амбициозный подход основан на...

- ☐ оценке темпов роста рынка;
- ☐ конкурентной позиции фирмы;
- ☒ внутренних и внешних компетенциях, динамических способностях фирмы;
- ☐ оценке прибыли
- ☐ поиске ответов на вопросы, где и как конкурировать

449 Определите критерий классификации целей по данной группе: Постоянные (повторяющиеся), Разовые.

- ☐ содержание
- ☒ повторяемость
- ☐ структурные
- ☐ измеримость
- ☐ период установления

450 Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации – это

- ☐ стратегия
- ☐ функциональная стратегия
- ☒ бизнес-стратегия;

- ☐ генерическая стратегия.
- ☐ корпоративная стратегия

451 Что означает эмерджентная стратегия?

- ☐ функциональная стратегия
- ☐ плановая стратегия
- ☒ спонтанная стратегия
- ☐ реактивная стратегия.
- ☐ системная стратегия

452 Может ли фирма на практике одновременно реализовывать несколько стратегий:

- ☐ может только две;
- ☐ не может
- ☒ может;
- ☐ может только три
- ☐ может, только если это многоотраслевая компания;

453 Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми):

- ☐ цели фирмы;
- ☐ сильные стороны отрасли
- ☒ все перечисленные
- ☐ интересы высшего руководства, квалификация работников;
- ☐ сильные стороны фирмы

454 Конкурентоспособность это

- ☐ производство новых товаров;
- ☐ более высокая производительность в какой-либо производственной деятельности
- ☒ все то, что обеспечивает товару сравнительные преимущества относительно подобных товаров других производителей
- ☐ производство высоких технологий.
- ☐ более высокое качество товаров;

455 Стратегия минимизации издержек нацелена:

- ☐ на наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов;
- ☒ на обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами;
- ☐ на создание новых сегментов рынка.
- ☐ на придание продукту – товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов

456 Что из перечисленного входит в число требований предпринимательского управления: 1) концентрация внимания на рынке, на изменении спроса; 2) финансовое предвидение, особенно в планировании и регулировании наличных денег; 3) подбор и расстановка кадров; 4) заблаговременное создание управленческого звена, а не подстраивание его под сложившуюся ситуацию; 5) умение определять участки наиболее эффективного применения своих сил и способностей

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 4, 5

- ☐ 4.2  
☐ 2,3, 5

457 Анализ конкурентных преимуществ вашей фирмы вы будете осуществлять с помощью

- ☐ системы Станиславского  
☒ Z- счета Альтмана  
☐ модели И. Ансоффа  
☐ кластерного анализа

458 Если преобладает ценовая конкуренция, то более эффективной будет стратегия.....

- ☐ дифференциации сервиса  
☐ дифференцированной продукции;  
☒ лидерства по издержкам;  
☐ дифференцированного маркетинга  
☐ инноваций

459 Стратегией сокращения является следующая: основной идеей является поиск возможностей уменьшения издержек и проведение соответствующих мероприятий по сокращению затрат. Это стратегия

- ☐ стратегия сокращения  
☐ стратегия ликвидации;  
☒ стратегия сокращения расходов  
☐ другое  
☐ стратегия «сбора урожая

460 Стратегией сокращения является следующая: заключается в том, что фирма закрывает или продает одно из своих подразделений или бизнесов, чтобы осуществить долгосрочное изменение границ ведения бизнеса. Это стратегия

- ☐ стратегия сокращения расходов  
☐ стратегия ликвидации;  
☒ стратегия сокращения;  
☐ другое  
☐ стратегия «сбора урожая

461 Стратегией сокращения является следующая: предельный случай стратегии сокращения и осуществляется тогда, когда фирма не может вести дальнейший бизнес. Это стратегия

- ☐ стратегия сокращения расходов  
☐ стратегия «сбора урожая  
☒ стратегия ликвидации;  
☐ другое  
☐ стратегия сокращения

462 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

- ☐ чувствительные к потребительской ценности покупатели  
☐ качество товаров  
☐ г) отличаются от господствующих на рынке в целом;  
☐ ) узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно  
☒ большая доля рынка

463 Условия, в которых целесообразно компании выбирать стратегию лидерства по издержкам: 1) существует сильная конкуренция по цене; 2) стандартный или предназначенный для широкого потребителей товар; 3) потребности покупателей и способы использования товара разнообразны; 4) отрасль отличается стремительностью технологических и инновационных процессов; 5) новички на рынке снижают цены для привлечения покупателей и создания клиентской базы.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5

464 . Стратегия минимизации издержек (лидерства по издержкам) нацелена на....

- ☐ более выгодного имиджа организации;
- ☐ приданию продукту-товару отличительных свойств
- ☒ обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами
- ☐ рекламной марки продукта.
- ☐ наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов

465 . Стратегия минимизации издержек (лидерства по издержкам) нацелена на....:

- ☐ наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов;
- ☐ приданию продукту-товару отличительных свойств, которые важны для
- ☒ обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами
- ☐ более выгодного имиджа организации, рекламной марки продукта (то есть брэнда).
- ☐ покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов

466 Организационные уровни пирамиды разработки стратегии для диверсифицированной компании: 1) корпоративный; 2) бизнес-стратегии; 3) функциональные стратегии; 4) операционные стратегии; 5) все перечисленные.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5

467 Стратегия низких издержек особенно успешна, если

- ☐ издержки в основном состоят из издержек на заработную плату
- ☐ эластичность спроса по цене низка;
- ☒ эластичность спроса по цене высока
- ☐ соблюдается ценовая политика
- ☐ эластичность спроса по цене нулевая;

468 Если преобладает ценовая конкуренция, то более эффективной будет стратегия

- ☐ дифференциации сервиса
- ☐ дифференцированной продукции;
- ☒ лидерства по издержкам
- ☐ дифференцированного маркетинга.
- ☐ инноваций



469 . Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

- ☐ повышать эффективность видов деятельности;
- ☐ чувствительные к потребительской ценности покупателя;
- ☒ большая доля рынка
- ☐ устранение пробелов в навыках и опыте.
- ☐ узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом

470 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

- ☐ повышать эффективность видов деятельности
- ☐ чувствительные к потребительской ценности покупателя;
- ☒ большая доля рынка
- ☐ устранение пробелов в навыках и опыте.
- ☐ узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом

471 Что из перечисленного относится к факторам, оказывающим влияние на конкуренцию (по Майклу Портеру):1) рыночная власть продавца;2) конкуренция внутри отрасли;3) угроза появления субститутов (товаров-заменителей);4) конкуренция внутри отрасли;5) угроза вторжения новых конкурентов.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

472 Стратегия низких издержек особенно успешна, если:

- ☐ издержки в основном состоят из издержек на заработную плату;
- ☐ эластичность спроса по цене низка;
- ☒ эластичность спроса по цене высока;
- ☐ соблюдается ценовая политика.
- ☐ эластичность спроса по цене нулевая;

473 Стратегия дифференциации особенно успешна:

- ☐ когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу;
- ☐ в условиях массового спроса;
- ☒ когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара;
- ☐ когда у покупателей дифференцированный подход.
- ☐ когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;

474 Стратегия сегментации особенно успешна:

- ☐ при торговле однородным товаром
- ☐ при организации торговли в маленьком городе;
- ☒ при оказании элитных услуг;
- ☐ при производстве товаров массового спроса;
- ☐ при торговле на новых рынках.

475 Интегрированный рост организации предполагает:

- ☐ реализацию технологически новой продукции на существующем рынке;
- ☒ получение в собственность и установление контроля за поставщиками, либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами;
- ☐ диверсификацию внутреннего рынка.
- ☐ реализацию технологически новой продукции на новых рынках;
- ☐ развитие продукта;

476 Для каких целей организации характерна наибольшая детализация и конкретизация

- ☒ для краткосрочных ;для
- ☐ для долгосрочных;
- ☐ среднесрочных
- ☐ для всех.
- ☐ для тактических;

477 Какие из перечисленных факторов определяют выбор той или иной организационной структуры:1) степень разнообразия деятельности фирмы ;2) размер фирмы ;3) географическое размещение фирмы;4) технология фирмы;5) отношение со стороны руководителей и сотрудников;

- ☒ 1, 2
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 3, 5
- ☐ 4, 2

478 Преимуществами матричной структуры управления являются (выберите несколько):1) гибкость и адаптивность;2) улучшение использования интеллектуальных ресурсов;3) межфункциональная интеграция деятельности4) упрощенная система принятия решений5) текучесть кадров

- ☒ 1,2,3
- ☐ 1,3,4
- ☐ 3,4,5
- ☐ 1,3,5
- ☐ 1,2,5

479 В чем особенность матричной структуры?

- ☒ матричная ячейка подчиняется одновременно руководителю функционального и продуктового подразделений
- ☐ абсолютная власть
- ☐ текучесть кадров
- ☐ информационная насыщенность
- ☐ многочисленность матричных ячеек

480 Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:

- ☐ внешних обстоятельств
- ☒ неправильной последовательности действий
- ☐ консервативности людей
- ☐ недостатка ресурсов для осуществления изменений
- ☐ нехватки информации

481 Какой основной недостаток характерен для линейно-функциональных организационных структур управления предприятиями

- ☐ рост управленческого аппарата.
- ☒ отсутствие единства действия;
- ☐ перегруженность главного менеджера ;
- ☐ высокий уровень конфликтности
- ☐ излишняя звенность управления;

482 В чем состоит основное отличие линейно-штабной организационной структуры управления организацией от линейно-функциональной

- ☐ в количестве функциональных подразделений;
- ☐ в количестве уровней.
- ☐ в функциях линейных руководителей
- ☐ в перегруженности главного менеджера
- ☒ в полномочиях функциональных подразделений;

483 Какова основная современная тенденция в развитии организаций

- ☐ развитие горизонтальных связей.
- ☐ разукрупнение организаций
- ☐ снижение организованности
- ☐ ускорение в развитии организаций;
- ☒ снижение значимости иерархий

484 Выделяют несколько типов организационных изменений. К какому типу относятся данные изменения: перемены в ценностях, нормах, отношениях, убеждениях и поведении сотрудников организации

- ☒ изменения в культуре и людях;
- ☐ изменения в продуктах
- ☐ изменения в системе
- ☐ структурные изменения;
- ☐ технологические изменения;

485 Выделяют несколько типов организационных изменений. К какому типу относятся данные изменения: изменения связанные с процессом производства в организации, с тем, как она выполняет свое предназначение, а их цель заключается в повышении эффективности производства товаров или услуг?

- ☐ структурные изменения
- ☒ технологические изменения;
- ☐ изменения в культуре и людях
- ☐ изменения в системе.
- ☐ изменения в продуктах;

486 Выделяют несколько типов организационных изменений. К какому типу относятся данные изменения: инновации, связанные с выходом на рынок новых товаров, отражаются на всей организации, поскольку очень часто они являются результатом претворения новой стратегии и могут привести к формированию нового рынка

- ☐ технологические изменения
- ☒ изменения в продуктах;
- ☐ изменения в технике.
- ☐ изменения в культуре и людях;
- ☐ структурные изменения;

487 Выделяют несколько типов организационных изменений. К какому типу относятся данные изменения: перемены в иерархии властных полномочий, целям, структурным характеристикам, административным процедурам и системам управления организацией?

- ☐ изменения в системе.
- ☐ изменения в продуктах;
- ☐ технологические изменения;
- ☐ изменения в культуре и людях;
- ☒ структурные изменения;

488 К организационным структурам управления НЕ относятся

- ☐ матричные
- ☐ линейно-функциональные
- ☐ дивизиональные
- ☐ линейные
- ☒ неформальные

489 Определите критерий классификации целей по данной группе: Особо приоритетные, Приоритетные, Прочие.

- ☐ структурные
- ☐ период установления
- ☒ приоритетность
- ☐ содержание
- ☐ среда

490 Какие существуют типы дивизиональных оргструктур

- ☒ потребительские, региональные и продуктовые;
- ☐ эдхократические, многомерные и партисипативные;
- ☐ линейно-функциональные и штабные;
- ☐ функциональные и проектные.
- ☐ комбинированные и матричные;

491 Что характеризуют линейные вертикальные связи организационной структуры ?

- ☐ регламент.
- ☐ социальная подчиненность;
- ☒ подчиненность и ответственность по всем вопросам;
- ☐ наличие совместно решаемых звеньями задач;
- ☐ подчиненность в рамках определенной функции;

492 Структура организаций по Г. Минцбергу

- ☐ Топ-менеджер – менеджер среднего звена – менеджер низового звена
- ☐ директор – помощник – сотрудники
- ☐ стратегический отдел – тактический отдел
- ☐ отдел планирования – отдел организации – отдел контроля
- ☒ Стратегическая вершина- Средняя линия- Вспомогательные персонал

493 Линейная организационная структура управления персоналом предполагает

- ☒ Относительную автономность в работе, простую одномерность связей, возможность самоуправления
- ☐ Множественность подчинённости персонала разным руководителям в соответствии с кругом решаемых задач

- ☐ Двухуровневое руководство, существующее в небольших организациях
- ☐ авторитарность руководителя
- ☐ Временную основу работы, повышение многозвенности оргструктуры

494 Для чего предназначена организационная структура управления ?

- ☒ для обеспечения единства действия всех элементов организации
- ☐ для стимулирования действий работников организации;
- ☐ для установления целей организации;
- ☐ для реализации управленческих решений;
- ☐ для получения прибыли;

495 Партисипативность – это

- ☒ вовлечение работников в анализ проблем и их решения
- ☐ проектирование и перепроектирование работ
- ☐ распределение прибыли в связи с ростом производительности
- ☐ мотивация всех сотрудников
- ☐ метод имитации выработки управленческих решений по заданным правилам

496 Два основных направления, по которым осуществляется структуризация1. группирование работ вокруг ресурсов2. группирование работ вокруг результата деятельности3. группирование работ вокруг капитала4. группирование работ вокруг людей

- ☒ 1 и 2
- ☐ 1и 4
- ☐ 2 и 4
- ☐ 3 и 4
- ☐ 2 и 3

497 Какая взаимосвязь у структурных элементов фирмы (функциональной) по Г. Минцбергу

- ☒ внутри и между основными блоками подразделений
- ☐ внутри и между компаниями по профилю
- ☐ внутри и между предприятиями по направлениям
- ☐ внутри и между начальниками отделов
- ☐ внутри и между сотрудниками по специальности

498 Какая взаимосвязь у структурных элементов фирмы (Дивизиональная) по Г. Минцбергу

- ☒ внутри и между предприятиями по направлениям
- ☐ внутри и между основными блоками подразделений
- ☐ внутри и между компаниями по профилю
- ☐ внутри и между начальниками отделов
- ☐ внутри и между сотрудниками по специальности

499 Виды функциональной структуры организации производства

- ☐ «адхократия» и «машинная бюрократия»
- ☐ «дробная» и «машинная бюрократия»
- ☒ «простая» и «машинная бюрократия»
- ☐ «адхократия» и «дробная»
- ☐ «простая» и «адхократия»

500 . Назовите типы систем стратегического контроля:1) корпоративный;2)

бюрократический;3) функциональный;4) рыночный;5) по выходу.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 2, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

501 . Типы систем стратегического контроля:1) корпоративный;2) бюрократический;3) функциональный;4) рыночный;5) по выходу

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 2, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

502 Основные функции стратегического контроллинга планирования стратегии:1) контроль процесса реализации общей стратегии;2) координация всех этапов стратегического управления;3) мониторинг системы стратегических индикаторов;4) мотивация персонала на реализацию стратегии;5) мониторинг персонала;

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

503 Результативность — это:

- ☐ результат, выраженный в процентах от запланированного
- ☐ отношение результата к затратам;
- ☒ степень достижения заранее намеченной цели, выраженная в процентах;
- ☐ реализация конечной продукции.
- ☐ отношение затрат к результатам;

504 Эффективность — это:

- ☐ отношение входа к выходу.
- ☐ степень достижения заранее намеченной цели, выраженная в процентах;
- ☐ результат, выраженный в процентах;
- ☐ отношение затрат к результатам;
- ☒ отношение результата к затратам;

505 Какие методы контроля используются в стратегическом управлении:1) предварительный;2) фильтрующий;3) по результатам;4) терапевтический;5) окончательный.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 4, 2
- ☐ 2,3, 5

506 Амбициозный подход основан на...

- ☐ оценке темпов роста рынка;
- ☐ конкурентной позиции фирмы;
- ☒ внутренних и внешних компетенциях, динамических способностях фирмы
- ☐ оценке прибыли.
- ☐ поиске ответов на вопросы, где и как конкурировать;

507 Какие из следующих утверждений вы считаете верными:- существуют оптимальные для всех фирм стратегии;- процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален;- фирмы должны использовать единые методы стратегического управления;- при выработке стратегии фирмы учитывают некоторые обобщенные принципы;- существуют целевые стратегии для всех фирм;1) первое; 2) второе;3) третье;4) четвертое;5) пятое.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 2, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 2,3, 5

508 Какая из предложенных характеристик приемлема для авторитарного стиля?

- ☐ делегирование руководящих полномочий
- ☐ невмешательство в дела коллектива
- ☒ жесткий контроль работы подчиненных
- ☐ мотивация персонала
- ☐ малая инициатива со стороны руководителя

509 Критерий эффективности стратегического управления

- ☐ стабильность
- ☐ избыточность
- ☒ рациональность
- ☐ оперативность
- ☐ рациональность

510 Какие из следующих факторов могут влиять на выбор стратегии

- ☐ личные симпатии и антипатии руководителей
- ☐ наличие финансовых ресурсов;
- ☒ отношение высшего руководства к риску;
- ☐ все перечисленные факторы.
- ☐ обязательства по предыдущим стратегиям;

511 Если управление рассматривается как действия по выявлению и разрешению проблем, т.е. процесс подготовки и принятия решений», то какая это сторона управления?

- ☐ структурная.
- ☐ элементная;
- ☐ функциональная;
- ☒ процессная;
- ☐ системная;

512 Что такое бенчмаркинг?

- ☐ процесс формирования любого стратегического альянса
- ☐ предназначен для обеспечения координации функций стратегического планирования и контроля

- ☒ это процесс непрерывной оценки и сравнения какой-либо организации с другой
- ☐ процесс оценки конкурентоспособности предприятия
- ☐ это относительно новый термин, который используется в экономической теории и практике.

513 Важнейшим элементом каждой фазы бенчмаркинга является:

- ☐ анализ
- ☐ контроль
- ☒ конкурентная разведка
- ☐ мониторинг
- ☐ измерение показателей

514 В управлении предприятием различают три типа контроля: 1. стратегический (результаты функционирования более чем за год) 2. организационный 5 лет 3. тактический (6—12 месяцев) 4. циклический 5. операционный (до 6 месяцев)

- ☐ 2,3,5
- ☐ 1,2,3
- ☒ 1,3,5
- ☐ 1,4,5
- ☐ 2,4,5

515 Какой контроль преобладает на уровне отделений?

- ☐ циклический
- ☐ стратегический
- ☒ тактический
- ☐ операционный
- ☐ организационный

516 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Первый этап включает:

- ☐ Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- ☐ Разработка стандартов или точного определения целей
- ☒ Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- ☐ операционный
- ☐ Оценка результатов функционирования

517 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Первый этап включает:

- ☐ Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- ☐ Разработка стандартов или точного определения целей
- ☒ Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- ☐ выявление причин отклонений и путей их устранения
- ☐ Оценка результатов функционирования

518 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Третий этап включает:

- ☐ Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- ☐ Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- ☒ Оценка результатов функционирования за обозначенный период
- ☐ выявление причин отклонений и путей их устранения
- ☐ Разработка стандартов или точного определения целей

519 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Четвертый этап включает:



- ☐ Оценка результатов функционирования за обозначенный период
- ☐ Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- ☒ Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- ☐ выявление причин отклонений и путей их устранения
- ☐ Разработка стандартов или точного определения целей

520 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Пятый этап включает

- ☐ Оценка результатов функционирования за обозначенный период
- ☐ Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- ☒ Выявление причин отклонений и путей их устранения
- ☐ Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- ☐ Разработка стандартов или точного определения целей

521 . Назовите типы систем стратегического контроля: а) корпоративный; б) бюрократический; в) функциональный; г) рыночный; д) по выходу

- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 2, 4, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 3, 5

522 Оценка эффективности реализации стратегии проводится по следующим уровням: а) эффективность реализации отдельных стратегических программ; б) эффективность работы персонала; в) степень достижения поставленных стратегических целей; г) степень соответствия поставленных стратегических целей интересам стейк-холдеров; д) эффективность работы подразделений

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 3, 5
- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

523 Типы систем стратегического контроля: 1) корпоративный; 2) бюрократический; 3) функциональный; 4) рыночный; 5) по выходу

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 3, 5
- ☒ 2, 4, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

524 Основные функции стратегического контроллинга планирования стратегии: 1) контроль процесса реализации общей стратегии; 2) координация всех этапов стратегического управления; 3) мониторинг системы стратегических индикаторов; 4) мотивация персонала на реализацию стратегии; 5) мониторинг персонала

- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 2, 3, 5
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 2, 3, 4

525 Подходы к управлению процессом реализации стратегических изменений; 1)

авторитарный;2) демократический;3) контролирующий;4) подход посредством сотрудничества;5) чемпионский.

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 3, 5
- ☒ 1, 3, 4
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

526 Основные функции управления реализацией стратегии:1) разработка стратегической программы или плана;2) стратегический контроль;3) разработка базовой стратегии;4) мотивация персонала на осуществление стратегии;5) анализ стратегий.

- ☐ 3, 4
- ☐ 2, 3
- ☒ 1, 2
- ☐ 1, 4
- ☐ 2, 5

527 ..... - это особый вид организационного контроля, который заключается в наблюдении за процессом стратегического управления и его оценке с тем, чтобы обеспечить правильное функционирование предприятия.

- ☒ Стратегический контроль
- ☐ конкурентная разведка
- ☐ анализ стратегий
- ☐ операционный риск
- ☐ тактический атака

528 Система контроля должна обладать следующими характеристиками?

- ☒ Все варианты
- ☐ Объективность
- ☐ Интегрирование
- ☐ Своевременность
- ☐ Тщательность

529 Функциональный бенчмаркинг – это:

- ☒ изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, не являющихся прямыми конкурентами;
- ☐ проведение независимого опроса членов группы экспертов;
- ☐ изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, являющихся прямыми конкурентами данной фирмы
- ☐ изучение опыта специалистов.
- ☐ составление сценариев развития;

530 Бенчмаркинг можно использовать в работе:

- ☒ частных организаций
- ☐ государственных организаций
- ☐ коммерческих организаций
- ☐ всех организаций.
- ☐ общественных организаций;

531 Как называется данный принцип «нацелено на выполнение работы, большей по объему и лучшей по качеству, при одних и тех же условиях»?

- ☒ разделение труда;
- ☐ единство направления;
- ☐ экономичность и эффективность;
- ☐ кооперация труда.
- ☐ выделение доминанты развития;

532 Функциональный бенчмаркинг – это ...

- ☒ изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, не являющихся прямыми конкурентами;
- ☐ проведение независимого опроса членов группы экспертов;
- ☐ изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, являющихся прямыми конкурентами данной фирмы
- ☐ изучение методов работы.
- ☐ составление сценариев развития;

533 Повторные исследования с одинаковой структурой выборки и каждый раз с одним и теми же участниками, отбирающимися по специальной методике, являются:

- ☒ панельными исследованиями ;
- ☐ бенчмаркингом
- ☐ мониторингом ;
- ☐ сканированием.
- ☐ контролингом

534 Основные элементы организационной культуры 1) ценности, социальные установки2) уровни иерархии3) нравственные принципы и деловая этика4) методы управления персоналом 5) стиль руководства

- ☒ 1, 3, 5
- ☐ 2, 3,
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2.5

535 Какова основная современная тенденция в развитии организаций?

- ☐ снижение организованности
- ☐ разукрупнение организаций;
- ☒ снижение значимости иерархий
- ☐ увеличение количества иерархий
- ☐ ускорение в развитии организаций.

536 В случае неэффективной работы подчиненного у руководителя имеются четыре основных варианта действий. Однако ниже приведены четыре. Укажите неверный вариант:

- ☐ перевести сотрудника на более высокую должность, чтобы придать ответственности и мотивировать его
- ☐ снизить нормативы результативности, чтобы сотрудник мог делать немного меньше;
- ☒ уволить сотрудника
- ☐ дать ему временного помощника-наставника
- ☐ помочь сотруднику вырасти до соответствующего уровня;

537 Отсутствие определенной направленности о действиях сотрудников, неэффективное использование ресурсов, медленное принятие решений, стычки между отделами, потребности в контроле и неясные приоритеты - все это является следствием:

- ☐ отсутствия у сотрудников компании необходимого уровня профессионализма
- ☐ того, что компания работает о период экономического кризиса;
- ☒ отсутствия у руководителя компании четкого видения будущего
- ☐ отсутствия дисциплины
- ☐ низкого уровня заработной платы рабочих;

538 Жизненный цикл товара – это:

- ☐ процесс развития продаж товара и получения прибылей;
- ☐ интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
- ☒ совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
- ☐ время использования товара.
- ☐ интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;

539 Стратегия НИОКР- это

- ☐ направлена на обеспечение роста продаж
- ☐ стратегия лидерства за счет экономии на издержках О способность фирмы удержать рыночные позиции
- ☐ освоение новых, зарубежных рынков
- ☒ это долгосрочная программа конкретных действий, связанных с созданием нового продукта и технологии производства.

540 Что такое Рефрейминг?

- ☐ описывает действия, которые следует предпринимать в конкретной ситуации
- ☐ совокупность потребителей
- ☒ изменение видения и миссии организации; осознание организацией того, что она должна собой представлять, чего может достичь
- ☐ вид диверсификации, при котором компания расширяет сферы своей деятельности в отрасли
- ☐ процесс, касающийся изменений в организации, диктуемых внешней средой

541 Что такое мониторинг?

- ☐ сознательное объединение людей, деятельность которых планомерно координируется
- ☐ процесс стимулирования сотрудников организации
- ☒ это повторные исследования с одинаковой структурой выборки, но каждый раз с новыми участниками, отбирающимися по специальной методике
- ☐ общие ориентиры для действий и принятия решений
- ☐ развитие организации вместе с развитием среды

542 Функциональный бенчмаркинг - это:

- ☐ составление сценариев развития;
- ☐ изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, являющихся прямыми конкурентами данной фирмы;
- ☒ изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, не являющихся прямыми конкурентами;
- ☐ изучение опыта специалистов.
- ☐ проведение независимого опроса членов группы экспертов;

543 Стадии жизненного цикла, на которых используется стратегическая модель развития предприятия «ускоренный рост»: 1) рождение; 2) детство; 3) юность; 4) ранняя зрелость; 5) окончательная зрелость (стабильность).

- ☐ 2, 3, 4

- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

544 Жизненный цикл товара - это

- ☐ процесс развития продаж товара и получения прибылей;
- ☐ интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
- ☒ совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
- ☐ время использования товара.
- ☐ интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;

545 Бенчмаркинг можно использовать в работе:

- ☐ общественных организаций;
- ☐ коммерческих организаций;
- ☒ частных организаций;
- ☐ всех организаций.
- ☐ государственных организаций

546 Основными составляющими продукта являются: 1. Потребительские свойства 2. марка 3. стоимость 4. Качество 5. Имидж

- ☐ 1, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2, 3, 5

547 Основными составляющими продукта являются: 1. Гарантии 2. цена 3. имидж 4. Упаковка 5. Потребительские свойства

- ☐ 1, 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 1, 2, 3, 5

548 Основными составляющими продукта являются: 1. Потребительские свойства 2. марка 3. имидж 4. Качество 5. Этикетка

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 2, 3, 4
- ☐ 4, 5
- ☐ 2, 3, 5

549 Для чего нужен анализ структуры производимой фирмой продукции?

- ☐ для сегментации рынков
- ☐ Получения прибыли
- ☒ Определения стратегии развития отдельных продуктов
- ☐ Роста продаж

☐ удовлетворения потребителей

550 Марка продукта – это: 1. Название 2. знак 3. символ 4. Качество 5. Шифровка

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 2, 3, 4
- ☐ 4, 5
- ☐ 2, 3, 5

551 Для чего нужна марка продукта? 1. Увеличения доли продаж 2. увеличения прибыли 3. позиционирования товара 4. Идентифицировать товары 5. Отделения своих продуктов и продуктов конкурентов

- ☒ 4, 5
- ☐ 2, 3
- ☐ 1, 2
- ☐ 3, 4
- ☐ 1, 5

552 Из каких факторов складывается имидж продукта? 1. Имидж фирмы 2. качество продукта 3. стоимость продукта 4. Реализуемость продукта 5. Все перечисленные

- ☒ 1, 2
- ☐ 2, 3
- ☐ 4, 5
- ☐ 3, 4
- ☐ 1, 5

553 Из каких факторов складывается имидж продукта? А. Стоимость продукта Б. состояние аналогичной продукции других фирм В. реализуемость продукта Г. Критерии, нормы и предпочтения покупателей данного продукта Д. Все перечисленные

- ☒ 3, 4
- ☐ 2, 3
- ☐ 4, 5
- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 5

554 Упаковка связана с реализацией следующих функций: А. Емкость Б. привлечение внимания покупателя В. дифференциация Г. Реклама марки Д. Создает имидж

- ☒ 1, 2, 3, 4
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 4, 5
- ☐ 3, 5

555 Жизненный цикл продукта состоит

- ☒ из четырех фаз
- ☐ из шести фаз
- ☐ Из трех фаз
- ☐ Из семи фаз
- ☐ Из пяти фаз

556 Выделите фазы жизненного цикла продукта: 1. Создание продукта 2. выход продукта на рынок 3. рост 4. Зрелость 5. Уход с рынка

- ☒ 2, 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3, 4

557 Что происходит на первой фазе жизненного цикла продукта?

- ☒ создание рынка
- ☐ насыщение рынка
- ☐ Расширение цикла
- ☐ Повышение сброса
- ☐ Падение рынка

558 Что происходит на второй фазе жизненного цикла продукта?

- ☒ Расширение цикла
- ☐ повышение спроса
- ☐ Падение спроса
- ☐ создание рынка
- ☐ насыщение рынка

559 Что происходит на третьей фазе жизненного цикла продукта?

- ☐ создание рынка
- ☐ Расширение продукта
- ☒ насыщение рынка
- ☐ Падение спроса
- ☐ Повышение спроса

560 Что происходит на четвертой фазе жизненного цикла продукта?

- ☐ создание рынка
- ☐ Повышение спроса
- ☒ Падение спроса
- ☐ Расширение продукта
- ☐ насыщение рынка

561 ..... это непрерывный процесс оценки уровня продукции, услуг и методов работы на основе сравнения с самыми сильными конкурентами или теми компаниями, которые признаны лидерами

- ☐ контролинг;
- ☐ панельными исследованиями;
- ☒ бенчмаркинг
- ☐ сканирование.
- ☐ мониторинг;

562 Можно выделить следующие причины популярности бенчмаркинга:

- ☐ Вознаграждение за качество
- ☒ Все варианты

- ☐ Необходимость адаптации и использования мировых достижений в области производственных и бизнес-технологий
- ☐ Глобальная конкуренция

### 563 Консультативный бенчмаркинг это –

- ☐ который включает в себя сравнение определенной функции двух или более организаций, как правило, не принадлежащих одной отрасли и не являющихся прямыми конкурентами
- ☐ подразумевает сравнительный анализ ключевых производственных функций с целью их улучшения
- ☒ подразумевает сравнение организации с другими при помощи консультационной службы
- ☐ используется в случаях, когда поиск объекта сравнения ведется в других странах, так как именно там работают лучшие предприятия в данной отрасли либо в случае, если в собственной стране нет таких предприятий
- ☐ предполагает сопоставление собственных показателей с аналогичными показателями конкурентов

### 564 Глобальный (международный) бенчмаркинг это –

- ☐ подразумевает сравнение организации с другими при помощи консультационной службы
- ☐ который включает в себя сравнение определенной функции двух или более организаций, как правило, не принадлежащих одной отрасли и не являющихся прямыми конкурентами
- ☐ предполагает сопоставление собственных показателей с аналогичными показателями конкурентов
- ☐ подразумевает сравнительный анализ ключевых производственных функций с целью их улучшения
- ☒ используется в случаях, когда поиск объекта сравнения ведется в других странах, так как именно там работают лучшие предприятия в данной отрасли либо в случае, если в собственной стране нет таких предприятий

### 565 Кооперативный бенчмаркинг это –

- ☒ подразумевает сравнительный анализ ключевых производственных функций с целью их улучшения
- ☐ используется в случаях, когда поиск объекта сравнения ведется в других странах, так как именно там работают лучшие предприятия в данной отрасли либо в случае, если в собственной стране нет таких предприятий
- ☐ предполагает сопоставление собственных показателей с аналогичными показателями конкурентов
- ☐ который включает в себя сравнение определенной функции двух или более организаций, как правило, не принадлежащих одной отрасли и не являющихся прямыми конкурентами
- ☐ подразумевает сравнение организации с другими при помощи консультационной службы

### 566 Конкурентный бенчмаркинг это

- ☐ используется в случаях, когда поиск объекта сравнения ведется в других странах, так как именно там работают лучшие предприятия в данной отрасли либо в случае, если в собственной стране нет таких предприятий
- ☒ предполагает сопоставление собственных показателей с аналогичными показателями конкурентов
- ☐ подразумевает сравнительный анализ ключевых производственных функций с целью их улучшения
- ☐ который включает в себя сравнение определенной функции двух или более организаций, как правило, не принадлежащих одной отрасли и не являющихся прямыми конкурентами
- ☐ подразумевает сравнение организации с другими при помощи консультационной службы

### 567 Функциональный (общий) бенчмаркинг это –

- ☐ используется в случаях, когда поиск объекта сравнения ведется в других странах, так как именно там работают лучшие предприятия в данной отрасли либо в случае, если в собственной стране нет таких предприятий
- ☒ который включает в себя сравнение определенной функции двух или более организаций, как правило, не принадлежащих одной отрасли и не являющихся прямыми конкурентами
- ☐ подразумевает сравнительный анализ ключевых производственных функций с целью их улучшения
- ☐ подразумевает сравнение организации с другими при помощи консультационной службы
- ☐ предполагает сопоставление собственных показателей с аналогичными показателями конкурентов



568 бенчмаркинг, проводимый организациями, состоящими в узком бенчмаркинговом альянсе.

- ☒ Ассоциативный бенчмаркинг
- ☐ Кооперативный бенчмаркинг
- ☐ глобальный (международный) бенчмаркинг
- ☐ Консультативный бенчмаркинг
- ☐ Товарный бенчмаркинг (реинжиниринг)

569 1. Развитие глобальной стратегии связано с вопросами...1. глобальных знаний2. глобального рынка3. Инвестиций4. Акционирования5. глобального размещения видов деятельности в ценностной цепочке

- ☐ 1, 4, 5
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 2, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2, 3, 4

570 2. Из выделил четыре фактора, которые определяют природу и степень глобализации отрасли:1. маркетинговые2. инновационные3. Затратные4. Конкурентные5. государственное

- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 2, 4, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 1, 4, 5

571 3. Рыночные факторы глобализации:1. сходные потребительские запросы2. запросы простых потребителей3. Каналы глобальной дистрибуцией4. Каналы распределения продукции5. Каналы распределения информации

- ☐ 2, 4, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2, 3

572 4. Рыночные факторы глобализации:А. Каналы распределения продукцииБ. сходные потребительские запросыВ. Техники трансфертности рынковГ. Каналы распределения информацииД. присутствие в ведущих странах

- ☒ 2, 3, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2, 4, 5
- ☐ 1, 4, 5

573 5. Конкурентные факторы глобализации:1. высокий уровень экспорта2. наличие конкурентов с других континентов3. Высокий уровень импорта4. Новейшие технологии5. благоприятная логистика

- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 1, 2, 3

☒ 2, 4, 5

574 . К какой группе стратегий относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию:

- ☒ концентрированного роста ;
- ☐ диверсификации;
- ☐ интегрированного роста ;
- ☐ ликвидации.
- ☐ сокращения;

575 Какой тип стратегии (из группы стратегии концентрированного роста) выбрала фирма, прилагающая большие усилия в области маркетинга и стремящаяся завоевать лучшие позиции с данным продуктом на данном рынке:

- ☐ стратегию развития продукта;
- ☐ стратегию дифференциации;
- ☐ стратегию роста.
- ☐ стратегию проникновения на рынок ;
- ☒ стратегию развития рынка ;

576 Какая стратегия наиболее привлекательна для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли:

- ☐ диверсификации;
- ☐ концентрированного роста ;
- ☒ сокращения;
- ☐ ликвидации.
- ☐ интегрированного роста ;

577 Какая из перечисленных стратегий развития предполагает отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе:

- ☐ стратегия конгломератной диверсификации;
- ☐ стратегия развития продукта;
- ☒ стратегия «сбора урожая»;
- ☐ стратегия сокращения расходов.
- ☐ стратегия обратной вертикальной интеграции ;

578 Какие стратегии может выбирать фирма, имеющая сильные конкурентные позиции, при медленном росте рынка: 1) совместное предприятие в новой области ;2) концентрическая диверсификация ;3) горизонтальная интеграция или слияние;4) сокращение;5) вертикальная интеграция.

- ☐ 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2
- ☐ 4, 2
- ☐ 2,3, 5

579 Стратегия, предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – стратегия...

- ☐ конгломерантной диверсификации;
- ☐ развития продукта;
- ☒ «сбора урожая»;
- ☐ сокращение расходов.
- ☐ обратной вертикальной интеграции;

580 Какие стратегии может выбирать фирма, имеющая слабые конкурентные позиции, при быстром росте рынка:

- ☐ сокращение;
- ☐ диверсификация
- ☒ пересмотр стратегий концентрации;
- ☐ вертикальная интеграция.
- ☐ горизонтальная интеграция или слияние;

581 Стратегия, предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – стратегия...

- ☐ сокращение расходов.
- ☐ развития продукта;
- ☒ «сбора урожая»;
- ☐ обратной вертикальной интеграции;
- ☐ конгломерантной диверсификации;

582 К какой группе стратегии относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию?

- ☐ сокращения
- ☐ интегрированного роста;
- ☒ концентрированного роста
- ☐ ликвидации
- ☐ диверсификации

583 Что такое Диверсификация ?

- ☐ совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы жизнедеятельности организации.
- ☐ схематичное представление сложного процесса
- ☒ процесс проникновения фирмы в другие отрасли производства.
- ☐ факторы, условия, силы и субъекты
- ☐ термин, определяющий все, что компания или ее подразделения делают лучше других

584 Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

- ☐ сбор урожая
- ☐ Развитие рынка
- ☒ конгломеративная диверсификация
- ☐ ликвидация
- ☐ развитие продукта

585 Что из нижеперечисленного относится к стратегии интегрированного роста

- ☐ развитие рынка
- ☐ ликвидация
- ☒ вперед идущая вертикальная стратегия

- ☐ сокращение
- ☐ сбор урожая

586 Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

- ☐ развитие продукта
- ☐ сокращение
- ☒ Центрированная диверсификация
- ☐ сбор урожая
- ☐ развитие рынка

587 Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

- ☐ развитие рынка
- ☐ ликвидация
- ☒ горизонтальная диверсификация
- ☐ сбор урожая
- ☐ сокращение

588 6. Конкурентные факторы глобализации: 1. взаимозависимость разных стран. 2. Новейшие технологии 3. Высокий уровень экспорта 4. Глобализованные конкуренты 5. Высокий уровень импорта

- ☐ 1, 2, 3
- ☒ 1, 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5

589 7. Государственные факторы глобализации 1. быстроменяющиеся технологии. 2. благоприятная торговая политика. 3. Общие правила маркетинга 4. благоприятная логистика страны

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 2, 3, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3

590 8. Государственные факторы глобализации: 1. благоприятная торговая политика 2. Глобализованные конкуренты 3. Сопоставимые технические стандарты 4. Наличие конкурентов и потребителей в государственном секторе 5. интересы принимающей страны

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 3, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 1, 2, 3

591 9. Что такое конфигурация видов деятельности.

- ☐ Определение
- ☐ разделение
- ☒ Размещение
- ☐ распределение

☐ Соединение

592 10. Факторы глобализации, предложенные ИПОМ является инструментом анализа

- ☐ степени интеграции отрасли
- ☐ Экспорта
- ☐ конкуренции
- ☐ Ценностной цепочки
- ☒ Степени глобализации отрасли

593 11. Глобальные стратегические модели Портера: 1. глобальное лидерство по издержкам. 2. учет национальных особенностей 3. Глобальная дифференциация 4. Глобальная конкуренция 5. глобальная дистрибуция

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

594 12. Глобальные стратегические модели Портера: 1. глобальная сегментация 2. Глобальная дифференциация 3. Глобальные рынки 4. Глобальная дистрибуция 5. Глобальная конкуренция

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

595 13. Факторы вхождения на рынок. 1. потенциальный размер рынка. 2. культурные и лингвистические 3. интернациональные 4. Инвестиционные 5. экономические

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

596 14. Факторы вхождения на рынок. 1. социальные 2. экономические 3. Технологические 4. Потенциальный размер рынка 5. Инвестиционные

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 2, 3, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

597 15. Внешние методы для развития иностранных рынков: 1. создание совместных предприятий 2. создание альянсов 3. Прямой экспорт 4. Создание дочерних предприятий 5. лицензирование

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 1, 4, 5

☐ 1, 2, 5

598 16. Внешние методы для развития иностранных рынков: 1. Прямой экспорт 2. заграничное производство 3. Семейные 4. Поглощение 5. франчайзинг

☐ 2, 3, 4

☐ 2, 4, 5

☒ 3, 4, 5

☐ 1, 4, 5

☐ 1, 2, 5

599 17. Внутренние методы для развития иностранных рынков: 1. заграничное производство 2. Семейные 3. Локальная сборка 4. франчайзинг 5. лицензирование.

☐ 2, 4

☐ 2, 4

☒ 1, 3

☐ 1, 5

☐ 1, 2

600 18. Внутренние методы для развития иностранных рынков: 1. Прямой экспорт 2. Создание дочерних предприятий 3. Поглощение 4. Локальная сборка 5. лицензирование

☐ 2, 3, 4

☐ 2, 4, 5

☒ 1, 2, 4

☐ 1, 4, 5

☐ 1, 2, 5

601 19. Что является целью глобальной стратегии:

☐ Конфигурация видов деятельности

☐ прибыль

☒ Конкурентные преимущества

☐ координация видов деятельности

☐ доля рынка

602 20. Кто автор перечня факторов глобализации

☐ Чандлер

☐ Портер.

☒ Ансофф

☐ Друкер

☐ Чандлер

603 21. Кто автор глобальной ценностной цепочки?

☐ ИП

☐ Чандлер

☒ Портер.

☐ Ансофф

☐ Друкер

604 22. Глобальное конкурентное преимущество по Портеру зависит от принятия решений по следующим моментам: 1. добавленная стоимость в ценностной цепочке 2. развитие рынка 3.

Конфигурация видов деятельности в ценностной цепочке4. Экономическая деятельность5.  
координация видов деятельности в ценностной цепочке

- ☐ 2, 4
- ☐ 2, 4
- ☒ 3, 5
- ☐ 1.5
- ☐ 1, 2

605 23. Кто автор выражения «глобальная деревня»

- ☐ Чандлер
- ☐ Друкер Чандлер
- ☒ Левитт.
- ☐ Портер
- ☐ ИП

606 Оценка бизнеса и компании – это:

- ☐ оценка планируемой деятельности компании
- ☐ оценка эффективности деятельности предприятия
- ☒ оценка рыночной стоимости компании и бизнеса
- ☐ оценка долгосрочной деятельности компании.
- ☐ оценка эффективности управленческой деятельности на предприятии;

607 К какой концепции относится данное определение: Модель представляет из себя матрицу, состоящую из 9 ячеек для отображения и сравнительного анализа стратегических позиций направлений хозяйственной деятельности организации

- ☐ концепция конкуренции Shell|DPM
- ☐ концепция Бостонской консультативной группы
- ☒ концепция Джерард Электрик/Маккензи;
- ☐ матрица Ансоффа
- ☐ концепция Артур де Литтл;

608 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Довольствоваться своим положением, либо сокращать его, либо ликвидировать данный вид бизнеса в своей организации

- ☐ Звезды»;
- ☐ Дойные коровы»;
- ☒ Собаки
- ☐ Загнанные лошади».
- ☐ Трудные дети»;

609 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Стараться сохранять или увеличивать долю своего бизнеса на рынке».

- ☐ г) «Звезды»;
- ☐ Собаки»
- ☒ Дойные коровы»;
- ☐ Загнанные лошади».
- ☐ Трудные дети»;

610 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Либо идти на увеличение доли бизнеса на рынке, либо довольствоваться тем, что достигнуто, либо сокращать данный бизнес»

- ☐ Звезды»;
- ☐ Собаки»;
- ☒ Трудные дети»
- ☐ Загнанные лошади».
- ☐ Дойные коровы»

611 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Стараться сохранять или увеличивать долю своего бизнеса на рынке».

- ☐ Звезды»;
- ☐ «Собаки
- ☒ Дойные коровы»;
- ☐ Загнанные лошади».
- ☐ Трудные дети

612 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Либо идти на увеличение доли бизнеса на рынке, либо довольствоваться тем, что достигнуто, либо сокращать данный бизнес».

- ☐ «Звезды»;
- ☐ Собаки»;
- ☒ Трудные дети»
- ☐ Загнанные лошади».
- ☐ Дойные коровы

613 Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Стараться сохранить или увеличить долю своего бизнеса на рынке»

- ☐ Загнанные лошади».
- ☐ Дойные коровы»;
- ☐ Собаки»;
- ☒ Звезды»;
- ☐ Трудные дети»;

614 Наиболее часто используемые в управленческой практике подходы к формированию стратегических альтернатив: 1) конкурентный стратегический подход; 2) аналитический подход; 3) стратегический подход на основе разработки сценариев; 4) стратегический подход «Рост рынка – конкурентная позиция фирмы»; 5) портфельный подход.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5

615 Содержание портфельной стратегии включает: 1) расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации,



синергизм различных видов деятельности;2) использование технологий по принципу «двойного назначения»;3) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации;4) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы;5) материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 4, 5
- ☐ 4.2
- ☐ 2,3, 5

616 24. Затратные факторы глобализации1. глобальная экономия от масштаба2. глобальные потребители3. Благоприятная логистика.4. Высокий уровень экспорта5. национальные различия в расходах.

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 3, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

617 25. Затратные факторы глобализации:1. эффект кривой обучаемости2. высокая затратность на развитие продукции3. Благоприятная торговая политика4. Быстроменяющиеся технологии5. благоприятная логистика

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 1, 2, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 4

618 26. Затратные факторы глобализации:1. глобальные потребители2. эффективность ресурсообеспечения3. Национальные различия в расходах4. Высокий уровень экспорта5. эффект кривой обучаемости

- ☐ 2, 3, 4
- ☐ 2, 4, 5
- ☒ 2, 3, 5
- ☐ 1, 4, 5
- ☐ 1, 2, 5

619 27. Термин «интернационализация» относится к любому бизнесу который осуществляется:

- ☐ в другом городе
- ☐ в стране
- ☒ за пределами национальных границ
- ☐ в сегменте рынка
- ☐ в регионе

620 28. Термин «мульти национальная компания» означает:

- ☐ Национальную компанию
- ☐ глобальную компанию
- ☒ международную компанию

- ☐ Мультипликационную компанию  
☐ совместную компанию

621 29. Стержневые компетенции отличаются от компетенций тем, что они: 1. уникальны 2. сложны 3. Необходимы 4. Результативны 5. Не поддаются копированию

- ☐ 2, 3, 4  
☐ 2, 4, 5  
☒ 1, 2, 5  
☐ 1, 4, 5  
☐ 1, 3, 5

622 Интеграция это:

- ☐ Соединение  
☐ развитие  
☒ Объединение за счет слияния и поглощения  
☐ дифференциация  
☐ деление

623 Стержневые компетенции отличаются от компетенций тем, что они: 1. отличаются сложностью 2. отличаются системностью 3. Базируются на материальных ресурсах 4. Не поддаются копированию 5. способствуют повышению ценности продукта

- ☐ 2, 3, 4  
☐ 2, 4, 5  
☒ 1, 4, 5  
☐ 1, 3, 5  
☐ 1, 2, 5

624 Глобальные отрасли – это те в которых...

- ☐ В нестандартные товары  
☐ высокие прибыли  
☒ Конкуренция носит глобальный характер  
☐ ценностная цепочка охватывает несколько стран  
☐ лучшие кадры

625 ИП выделяет два типа глобальных потребителей: 1. национальные глобальное потребители 2. отраслевые потребители 3. Производственные потребители 4. Многонациональные глобальные потребители 5. все вместе взятые

- ☐ 2, 5  
☐ 2, 4  
☒ 1, 4  
☐ 1, 5  
☐ 1, 2

626 что означает гомогенный потребительский спрос

- ☒ Однородный  
☐ Рисковый  
☐ потенциальный  
☐ высокий  
☐ дифференцированный

627 Выделите наиболее значимые факторы, влияющие на стратегию компании: 1) экономические, социальные, политические, юридические, экологические; 2) условия конкуренции, общая привлекательность отрасли; 3) возможности и угрозы; 4) общие ценности и корпоративная культура; 5) сильные и слабые стороны компании, компетенции и конкурентные возможности.

- ☐ 3,5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 2, 4, 5
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 2,3, 5

628 Минимизация издержек, улучшение конкурентной позиции и передача знаний организационного характера - являются основными

- ☐ составляющими стратегических союзов
- ☐ элементами стратегии
- ☒ мотивами создания стратегических союзов
- ☐ нет верного ответа
- ☐ законами стратегии

629 Явление, когда доходы от совместного использования ресурсов превышают сумму доходов от раздельного использования те же ресурсов, называют эффектом:

- ☐ масштаба деятельности
- ☐ масштаба производства
- ☒ синергии
- ☐ объединения
- ☐ кривой опыта

630 Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам:

- ☐ оптимального ранга
- ☐ высокого ранга
- ☒ низкого ранга
- ☐ тактического ранга
- ☐ среднего ранга

631 Что можно сказать о темпах роста и доле рынка квадрата «Загнанные лошади» («Собаки») матрицы БКГ – анализа ?

- ☒ низкая доля рынка, низкие темпы роста рынка;
- ☐ высокая доля рынка, высокие темпы роста рынка
- ☐ высокая доля рынка, низкие темпы роста рынка;
- ☐ низкая доля рынка, высокие темпы роста рынка;
- ☐ нет темпов роста.

632 Каково отличие портфельной стратегии от конкурентной:

- ☒ конкурентная стратегия – это выбор в рамках одной конкретной сферы бизнеса, а портфельная – это прежде всего выбор самих сфер бизнеса;
- ☐ конкурентная стратегия предполагает выбор из нескольких портфельных стратегий той, которая даст наибольшие преимущества в конкуренции
- ☐ конкурентная стратегия более эффективна.

- ☐ конкурентная стратегия – это выбор конкурентного преимущества, а портфельная – выбор объектов инвестирования;
- ☐ портфельная стратегия, как правило, не конкурентна;

633 Содержание портфельной стратегии включает в себя

- ☐ использование технологий по принципу «двойного назначения»;
- ☒ расположение и масштабы будущих областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных деятельности
- ☐ использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации;
- ☐ множество видов бизнесов.
- ☐ многообразное использование различного рода ресурсов фирмы: материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.;

634 Строительство или приобретение новых магазинов и складских помещений, реконструкция или модернизация действующих магазинов, формирование эффективного портфеля финансовых инструментов и т.п.- это... цели.

- ☒ инвестиционные
- ☐ маркетинговые
- ☐ финансово-экономические
- ☐ инновационные
- ☐ организационные.

635 Рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, а именно системами распределения и продажи. Это стратегия:

- ☐ стратегия усиления позиции на рынке;
- ☐ стратегия обратной вертикальной интеграции;
- ☐ стратегия роста;
- ☐ другое
- ☒ стратегия вперед идущей вертикальной интеграции;

636 Рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над поставщиками. Это стратегия:

- ☐ другое.
- ☐ стратегия вперед идущей вертикальной интеграции
- ☐ стратегия усиления позиции на рынке
- ☒ стратегия обратной вертикальной интеграции
- ☐ стратегия роста

637 Стратегическая зона хозяйствования – это.....

- ☐ свободная экономическая зона
- ☒ сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
- ☐ зона наибольшего хозяйственного риска
- ☐ перспективный сегмент рынка
- ☐ подразделение бизнес- единицы

638 По осям матрицы Бостонской консалтинговой группе фиксируются: 1) оценка привлекательности отрасли ;2) темпы роста отрасли ;3) объем продаж;4) оценка рентабельности отрасли;5) относительная доля рынка.

- ☒ 2, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4, 2
- ☐ 3, 5
- ☐ 2,3, 5

639 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: быстрый рост вызывает новые вступления; замедление роста увеличивает соперничество и отсеку слабых конкурентов

- ☐ развитие отрасли.
- ☒ рост размеров рынка ;
- ☐ размеры рынка
- ☐ избыток или дефицит производственных мощностей;
- ☐ прибыльность в отрасли;

640 За что несет ответственность каждое подразделение фирмы территориальной структуры организации

- ☐ за текучесть кадров в компании
- ☐ за реализацию проектов компании во всех офисах фирмы
- ☐ за дисциплиной
- ☐ за реализацией всей продукции компании
- ☒ за разработку, производство и сбыт однородной продукции на данной территории

641 Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам..... Ранга

- ☐ среднего
- ☐ высокого
- ☒ низкого
- ☐ функционального.
- ☐ тактического;

642 Стратегическая зона хозяйствования —это:

- ☐ свободная экономическая зона;
- ☐ зона наибольшего стратегического хозяйственного риска
- ☒ сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
- ☐ конкурентная зона.
- ☐ перспективный сегмент рынка;

643 Какие из приведенных характеристик относятся к наступательной стратегии: 1) рассчитана на занятие лидирующего положения на рынке;2) предполагает удержание своих позиций на рынке;3) требует значительных финансовых затрат;4) имеет высокую степень риска;5) улучшение деятельности предприятия .

- ☒ 1, 2
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 3.5
- ☐ 4.2

644 Что из приведенного списка характеризует оборонительную стратегию:1) предполагает удержание своих позиций на рынке;2) фирма располагает ограниченными средствами;3) имеет

высокую степень риска;4) требует пристального внимания к действиям фирм-конкурентов;5) связана с большими финансовыми затратами

- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 3.5
- ☐ 4.2
- ☒ 1, 2, 4

645 Основная зависимость отделений холдинговой структуры с центром

- ☒ финансовая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
- ☐ моральная зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
- ☐ финансовая зависимость от главной компании, которой принадлежит центральный офис
- ☐ кадровая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
- ☐ техническая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций

646 Определите последовательность этапов в развитии корпоративного управления:1) бюджетирование;2) долгосрочное планирование;3) стратегическое планирование;4) стратегический менеджмент;5) стратегическое управление.

- ☐ 4.2
- ☒ 1, 2, 3, 4
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 3.5

647 На какие виды стратегии можно разделить корпоративную стратегию

- ☒ только на собственно корпоративную стратегию и стратегию отдельных видов бизнеса;
- ☐ на корпоративную, финансовую, инновационную, стратегию по отношению к персоналу, маркетинговую стратегию
- ☐ на краткосрочную и долгосрочную стратегию;
- ☐ верны ответы первый и второй
- ☐ функциональную и тактическую.

648 Стратегическая единица бизнеса – это:

- ☐ подразделение, которое предполагается развивать в первую очередь для реализации стратегии развития организации.
- ☒ структурное подразделение организации, отвечающее за деятельность в определенной, важной для предприятия, области хозяйствования;
- ☐ подразделение организации, занимающееся выработкой стратегических планов развития бизнеса;
- ☐ самостоятельное подразделение;
- ☐ корпоратив.

649 Стратегическая зона хозяйствования – это....

- ☐ зона наибольшего хозяйственного риска;
- ☐ свободная экономическая зона;
- ☐ потребительский рынок.
- ☐ перспективный сегмент рынка;
- ☒ сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет выход

650 Что такое «матрица Ансоффа»:

- ☐ матрица стратегических целей фирмы в среднесрочной и краткосрочной перспективе с учетом силл и слабостей фирмы
- ☐ матрица, содержащая стратегии организации на базе использования двух векторов роста: технологий изготовления товара (оказания услуги) и рыночной новизны или традиционности удовлетворяемой потребности;
- ☐ матрица содержащая определенные виды бизнес-деятельности.
- ☒ матрица, содержащая стратегии, различие которых первоначально определялось двумя факторами: степенью новизны или традиционности рынка и степенью новизны или традиционности выпускаемого товара;
- ☐ матрица, представляющая собой совокупность четырех стратегий: продуктовая дифференциация, ценовая дискриминация, более глубокое освоение рынка и развитие (расширение) рынка

651 Высший уровень стратегического менеджмента-..... уровень:

- ☐ оперативный.
- ☐ дивизиональный
- ☐ функциональный;
- ☐ деловой;
- ☒ корпоративный

652 Стратегия конкурентного поведения последователя за лидером предполагает

- ☐ повышение качества продукции.
- ☐ реализацию стратегий инноваций;
- ☐ ведение интенсивной конкурентной борьбы;
- ☒ охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов
- ☐ активную атаку на лидера;

653 По осям матрицы Бостонской консалтинговой группы фиксируются: 1) оценка привлекательности отрасли; 2) темпы роста отрасли; 3) объем продаж; 4) оценка рентабельности отрасли; 5) относительная доля рынка

- ☐ 2, 5
- ☐ 3, 4
- ☒ 3, 5
- ☐ 1, 2
- ☐ 2, 3

654 Корпоративная стратегия - это:

- ☒ Стратегия для диверсифицированной компании
- ☐ Стратегия для специализированной фирмы
- ☐ Одна из базисных стратегий
- ☐ Одна из генерических стратегий
- ☐ Стратегия для подразделений компаний

655 Деловая стратегия - это:

- ☒ Стратегия специализированной фирмы (узкопрофильной компании)
- ☐ Стратегия диверсифицированной компании
- ☐ Стратегия на уровне функционального подразделения.
- ☐ Одна из базисных стратегий
- ☐ Одна из генерических стратегий

656 Какая из перечисленных стратегий развития предполагает отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в

краткосрочной перспективе:

- ☒ Стратегия «сбора урожая»
- ☐ Стратегия интеграции
- ☐ Стратегия сокращения
- ☐ Стратегия лидерства
- ☐ Стратегия развития

657 Что означает термин «широкий портфель»?

- ☐ работает в пределах одного сегмента
- ☐ организация работает только на одном или немногих товарных или рыночных сегментах
- ☐ сосредоточена на одном сегменте
- ☐ организация работает только на определенных сегментах
- ☒ данная фирма охватывает целый ряд разнообразных товарных или рыночных сегментов

658 Матрица Бостонской консультационной группы основана на анализе характеристик

- ☐ уровень цен
- ☐ темп роста спроса
- ☐ доля рынка
- ☐ конкуренты
- ☒ темп роста спроса, доля рынка

659 К портфельным методам анализа в стратегическом менеджменте относят...

- ☒ матрицу Бостонской консалтинговой группы.
- ☐ матрицу жизненного цикла отрасли
- ☐ матрицу стратегических соответствий;
- ☐ единичную матрицу
- ☐ матрицу Томпсона

660 На корпоративном уровне различают следующие виды стратегий:

- ☐ функциональная;
- ☐ функциональная, деловая
- ☐ портфельная.
- ☐ деловая;
- ☒ портфельная, функциональная, деловая

661 Матрица БКГ используется для

- ☐ сравнения привлекательности различных сфер бизнеса;
- ☐ анализа внешней среды
- ☐ определения конкурентных позиций стратегических единиц бизнеса.
- ☐ конкурентного анализа в отрасли
- ☒ анализа бизнес-портфеля диверсифицированной компании;

662 Корпоративная (портфельная) стратегия - это.

- ☒ стратегия, которая описывает общее направление роста предприятия, развития его производственно-сбытовой деятельности
- ☐ стратегия, которая разрабатывается функциональными отделами и службами предприятия на основе корпоративной и деловой стратегии
- ☐ стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения;
- ☐ все ответы верны



☐ нет правильного ответа

663 Дойные коровы»:

- ☒ Товар, обладающий высокой долей на рынке с низким ростом
- ☐ владеют большой долей быстро растущего рынка и, следовательно, быстро растущих продаж
- ☐ Продукт, который занимает небольшую долю рынка с высоким ростом продаж
- ☐ все ответы верны
- ☐ Продукт, который занимает небольшую долю рынка с низким ростом

664 В матрице БКГ высокая доля на рынке коммерческой организации с большим спросом на товары и услуги, обозначается « »

- ☒ звезда
- ☐ трудный ребенок
- ☐ собака
- ☐ нет правильного ответа
- ☐ дойная корова

665 В матрице БКГ высококонкурентный бизнес на зрелых насыщенных рынках обозначается « »

- ☒ дойная корова
- ☐ звезда
- ☐ трудный ребенок
- ☐ нет правильного ответа
- ☐ собака

666 В матрице БКГ низкая доля на рынке, но с быстрорастущим спросом на фирменные товары и услуги, обозначается « »

- ☒ трудный ребенок
- ☐ собака
- ☐ звезда
- ☐ нет правильного ответа
- ☐ дойная корова

667 Долгосрочная привлекательность отрасли и позиция в конкуренции - это параметры:

- ☒ матрицы Джерард - Электрик / Мак - Кинси;
- ☐ двухмерной матрицы;
- ☐ матрицы Бостонской консультационной группы;
- ☐ Нет правильного ответа
- ☐ модифицированной матрицы Бостонской консультационной группы.

668 Выберите два основных процесса реализации стратегии :1) проведение стратегических изменений в организации;2) выполнение основных функций управления реализацией стратегии;3) оперативное управление реализацией стратегии;4) стратегическое управление реализацией стратегического плана;5) управление персоналом.

- ☒ 1, 4
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 2, 3
- ☐ 4.2
- ☐ 3.5

669 Основные функции управления реализацией стратегии: 1) разработка стратегической программы или плана; 2) стратегический контроль; 3) разработка базовой стратегии; 4) мотивация персонала на осуществление стратегии; 5) анализ стратегий.

- ☒ 1, 2, 3
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 3.5

670 Что из перечисленных определяет успешную реализацию стратегии: 1) доведение стратегии и планов до всех работников организации; 2) обучение персонала исходя из требований выбранной стратегии; 3) закупка необходимого сырья; 4) разработка эффективного мотивационного механизма; 5) формирование системы контроля и оценки достигнутых результатов

- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 4.2
- ☒ 1, 2, 4, 5
- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 4

671 Организационная структура является результатом:

- ☐ плановой деятельности;
- ☐ кадрового планирования;
- ☒ оптимизации структуры функциональных и управленческих связей при осуществлении бизнес-процессов с целью повышения эффективности организации;
- ☐ моделирования деятельности организации.
- ☐ стратегий и целей деятельности организации;

672 Проектирование организационной структуры – это:

- ☐ соотношение вертикальных и горизонтальных связей;
- ☐ создание новой организации
- ☒ процесс нахождения соответствия между ключевыми элементами организации (структура, персонал, системы решений и поощрений, неформальная организация и организационная культура и пр.) и ее стратегий
- ☐ формирование управленческих структур.
- ☐ формирование штатного расписания в рамках управления персоналом;

673 Оценка эффективности реализации стратегии проводится по следующим уровням: 1) эффективность реализации отдельных стратегических программ; 2) эффективность работы персонала; 3) степень достижения поставленных стратегических целей; 4) степень соответствия поставленных стратегических целей интересам стейкхолдеров; 5) эффективность работы подразделений.

- ☐ 3.5
- ☐ 1, 2, 5
- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 2, 3, 5

674 В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать:

- ☐ на эффективность планирования;

- ☐ его обязанности и сферу приложения усилий, а не на желаемый результат
- ☒ на желаемый результат, а не на его обязанности и сферу приложения усилий
- ☐ на сферу приложения усилий и ответственность
- ☐ на желаемый результат, и на его обязанности и сферу приложения усилий в комплексе;

675 Стратегические изменения определяются:

- ☐ конъюнктурой рынка;
- ☐ только внутренними особенностями данной конкретной организации;
- ☐ системой мотивации персонала организации и используемой технологией производства;
- ☐ реальной конкурентной позицией организации;
- ☒ характеристиками существующего и будущего стратегического состояния организации, динамичными изменениями внешней среды;

676 Показатели реализации стратегии и достижения стратегических целей на уровне корпорации включает: 1) рентабельность активов и продаж; 2) уровень издержек производства; 3) объем продаж; 4) прибыль на вложенный капитал; 5) отгрузку товаров;.

- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 1, 2, 5
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 3, 5
- ☐ 4, 2

677 Подходы к управлению процессом реализации стратегических изменений: 1) авторитарный; 2) контролирующий; 3) демократический; 4) подход посредством сотрудничества; 5) чемпионский

- ☒ 1, 2, 4
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 3, 5
- ☐ 4, 2
- ☐ 1, 3, 4

678 Основные области стратегических изменений при реализации стратегии: 1) персонал; 2) имидж организации; 3) структура организации; 4) культура; 5) стиль управления;

- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 3, 4, 5
- ☐ 4, 2
- ☐ 3, 5

679 Основные функции управления реализацией стратегии: 1) разработка стратегической программы или плана; 2) стратегический контроль; 3) разработка базовой стратегии; 4) мотивация персонала на осуществление стратегии; 5) анализ стратегий.

- ☐ 1, 2, 4
- ☒ 1, 2
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 3, 5
- ☐ 4, 2

680 При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее:

- ☒ комбинация стилей в зависимости от важности и сущности

- ☐ административный, жесткий стиль управления;
- ☐ партисипативный стиль управления;
- ☐ стратегических изменений;
- ☐ демократический стиль управления.

681 Два основных процесса реализации стратегии; 1) проведение стратегических изменений в организации; 2) выполнение основных функций управления реализацией стратегии; 3) оперативное управление реализацией стратегии; 4) стратегическое управление реализацией стратегического плана; 5) управление персоналом

- ☐ 3, 5
- ☒ 1, 4
- ☐ 1, 2, 4
- ☐ 2, 3, 5
- ☐ 4, 2

682 Наиболее часто повторяющаяся ошибка при реализации новой стратегии:

- ☐ неспособность и отсутствие желания осуществлять стратегическое;
- ☐ плохое знание внешнего рынка;
- ☐ планирование;
- ☒ новая стратегия автоматически налагается на старую структуру.
- ☐ отсутствие необходимых ресурсов;

683 При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее...

- ☐ административный;
- ☐ жесткий стиль управления
- ☐ демократический стиль управления;
- ☐ партисипативный стиль управления;
- ☒ комбинация стилей в зависимости от важности и сущности стратегических изменений;

684 Как называется данный принцип «Разработка и реализация стратегии организации строится исходя из имеющихся ресурсов и нацелена на превышение результатов над затратами в определенном плановом периоде»?

- ☒ экономичность и эффективность;
- ☐ кооперация труда.
- ☐ выделение доминанты развития;
- ☐ единство направления;
- ☐ разделение труда

685 Наиболее часто повторяющаяся ошибка при реализации новой стратегии

- ☒ новая стратегия автоматически налагается на старую структуру.
- ☐ отсутствие необходимых ресурсов
- ☐ неспособность
- ☐ отсутствие желания осуществлять стратегическое планирование

686 Ключевая роль в проведении стратегических изменений и мобилизации потенциала организации принадлежит:

- ☐ научным и инженерно-техническим сотрудникам;
- ☐ руководителям среднего звена и непосредственным исполнителям
- ☐ в равной степени всем работникам организации.

- ☐ непосредственным исполнителям ;
- ☒ руководству организации

687 Основная характеристика инновационной структуры

- ☐ разрабатывается и осваивается выпуск традиционной продукции
- ☒ разрабатывается и осваивается выпуск новейшей продукции
- ☐ разрабатывается и осваивается выпуск традиционной продукции на новых рынках
- ☐ прогнозирование спроса рынка на традиционную продукцию
- ☐ планирование и контроль новых рынков сбыта

688 Что способствовало образованию дивизиональных организаций?

- ☒ Сочетание централизованного планирования наверху и децентрализованной деятельности производственных подразделений
- ☐ Сочетание централизованного планирования и централизованного контроля
- ☐ Внедрение информационных технологий
- ☐ Появление многочисленных сортов товара
- ☐ Внедрение инновационных проектов

689 Выделяют несколько типов организационных изменений. К какому типу относятся данные изменения: перемены в ценностях, нормах, отношениях, убеждениях и поведении сотрудников организации?

- ☐ технологические изменения
- ☐ изменения в продуктах;
- ☐ структурные изменения
- ☐ изменения в нормах и принципах.
- ☒ изменения в культуре и людях;

690 Выделяют несколько типов организационных изменений. К какому типу относятся данные изменения: изменения связанные с процессом производства в организации, с тем, как она выполняет свое предназначение, а их цель заключается в повышении эффективности производства товаров или услуг ?

- ☐ изменения в нормах и принципах.
- ☐ структурные изменения
- ☐ изменения в продуктах
- ☒ технологические изменения;
- ☐ изменения в культуре и людях;

691 Принципы линейного деления организации:

- ☐ по территории
- ☒ все перечисленное
- ☐ по численности
- ☐ по времени
- ☐ по природным факторам

692 Чем в основном характеризуется линейный тип организации

- ☒ вертикальными связями
- ☐ горизонтальными связями
- ☐ горизонтальными и диагональными связями
- ☐ горизонтальными и вертикальными связями
- ☐ диагональными связями

693 Где широко используется линейная структура организации

- ☐ в строительстве
- ☒ в семейном или мелком бизнесе
- ☐ в корпорациях
- ☐ в государственном секторе
- ☐ в холдингах

694 Дает ли эффект линейной структуры в организациях среднего и большого размера

- ☐ не дает
- ☐ дает
- ☐ как правило, на верхних уровнях иерархии
- ☐ как правило, на средних уровнях иерархии
- ☒ как правило, на нижних уровнях иерархии

695 Когда возникает необходимость перехода к другим типам организации управления при линейной структуре организации

- ☐ когда начинает портиться дисциплина
- ☐ когда увеличивается спрос на продукцию
- ☒ как только работы в организации начинают специализироваться
- ☐ при смене руководства
- ☐ во время кризиса

696 Когда стали возникать, точнее получили развитие функциональные типы организаций

- ☐ в период мирового кризиса
- ☐ при феодализме
- ☐ при социализме
- ☒ в период промышленной революции при создании крупных фабрик и заводов
- ☐ в период внедрения информационных технологий

697 Благодаря чему организации смогли выйти на массовое производство, механизацию и автоматизацию производства

- ☒ благодаря функциональной специализации
- ☐ благодаря новым инвестициям
- ☐ благодаря текучести кадров
- ☐ благодаря жесткой дисциплине
- ☐ благодаря классической теории Тейлора

698 Для компании целесообразно использование стратегии вертикальной интеграции когда она:1) создает конкурентное преимущество;2) повышает эффективность стратегически важных видов деятельности;3) устранение пробелов в технических или производственных навыках и опыте;4) выход на рынок с помощью совместных маркетинговых проектов;5) все перечисленные.

- ☒ 1, 2
- ☐ 2,3, 5
- ☐ 1, 3, 4
- ☐ 4.2
- ☐ 3.5