

2423_rus_qiyabiQ2017_Yekun imtahan testinin sualları**Fənn : 2423 02_Strateji menecment**

1 Назовите типы систем стратегического контроля:а) корпоративный;б) бюрократический;в) функциональный;г) рыночный;д) по выходу

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

2 Что происходит на четвертой фазе жизненного цикла продукта?

- Повышение спроса
- Расширение продукта
- создание рынка
- насыщение рынка
- Падение спроса

3 Что происходит на третьей фазе жизненного цикла продукта?

- Расширение продукта
- Падение спроса
- насыщение рынка
- Повышение спроса
- создание рынка

4 Что происходит на второй фазе жизненного цикла продукта?

- создание рынка
- Расширение цикла
- Падение спроса
- повышение спроса
- насыщение рынка

5 Что происходит на первой фазе жизненного цикла продукта?

- Расширение цикла
- создание рынка
- Повышение сброса
- Падение рынка
- насыщение рынка

6 Выделите фазы жизненного цикла продукта:1. Создание продукта2. выход продукта на рынок3. рост4. Зрелость5. Уход с рынка

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

7 Жизненный цикл продукта состоит

- Из семи фаз
- из четырех фаз
- Из трех фаз

- из шести фаз
- Из пяти фаз

8 Упаковка связана с реализации следующих функций: А. Емкость Б. привлечение внимания покупателя В. дифференциация Г. Реклама марки Д. Создает имидж

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

9 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

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

10 Из каких факторов складывается имидж продукта? 1. Имидж фирмы 2. качество продукта 3. стоимость продукта 4. Реализуемость продукта 5. Все перечисленные

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

11 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

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

12 Марка продукта – это: 1. Название 2. знак 3. символ 4. Качество 5. Шифровка

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

13 Для чего нужен анализ структуры производимой фирмой продукции?

- Роста продаж
- Определения стратегии развития отдельных продуктов
- Получения прибыли
- удовлетворения потребителей
- для сегментации рынков

14 Основными составляющими продукта являются: 1. Потребительские свойства 2. марка 3. имидж 4. Качество 5. Этикетка

- 2,3, 5
- 1, 2, 5
- 4.5
- 1, 2, 3, 4
- 3.5

15 Основными составляющими продукта являются: 1. Гарантии 2. цена 3. имидж 4. Упаковка 5. Потребительские свойства

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

16 Основными составляющими продукта являются: 1. Потребительские свойства 2. марка 3. стоимость 4. Качество 5. Имидж

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

17 Бенчмаркинг можно использовать в работе:

- всех организаций.
- частных организаций;
- коммерческих организаций;
- государственных организаций
- общественных организаций;

18 Жизненный цикл товара - это

- время использования товара.
- совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
- интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
- интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;
- процесс развития продаж товара и получения прибылей;

19 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).

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

20 Функциональный бенчмаркинг - это:

- изучение опыта специалистов.
- изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, не являющихся прямыми конкурентами;
- изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, являющихся прямыми конкурентами данной фирмы;
- проведение независимого опроса членов группы экспертов;
- составление сценариев развития;

21 Что такое мониторинг?

- общие ориентиры для действий и принятия решений
- сознательное объединение людей, деятельность которых планомерно координируется
- это повторные исследования с одинаковой структурой выборки, но каждый раз с новыми участниками, отбирающимися по специальной методике
- процесс стимулирования сотрудников организации
- развитие организации вместе с развитием среды

22 Что такое Рефрейминг?

- 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
- описывает действия, которые следует предпринимать в конкретной ситуации
- процесс, касающийся изменений в организации, диктуемых внешней средой

23 Стратегия НИОКР- это

- направлена на обеспечение роста продаж
- это долгосрочная программа конкретных действий, связанных с созданием нового продукта и технологии производства.
- освоение новых, зарубежных рынков
- стратегия лидерства за счет экономии на издержках О способность фирмы удержать рыночные позиции

24 Жизненный цикл товара – это:

- время использования товара.
- совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж;
- интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
- интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;
- процесс развития продаж товара и получения прибылей;

25 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:

- того, что компания работает о период экономического кризиса;
- отсутствия у руководителя компании четкого видения будущего
- отсутствия дисциплины
- отсутствия у сотрудников компании необходимого уровня профессионализма
- низкого уровня заработной платы рабочих;

26 В случае неэффективной работы подчиненного у руководителя имеются четыре основных варианта действий. Однако ниже приведены четыре. Укажите неверный вариант:

- дать ему временного помощника-наставника
- уволить сотрудника
- снизить нормативы результативности, чтобы сотрудник мог делать немного меньше;
- помочь сотруднику вырасти до соответствующего уровня;
- перевести сотрудника на более высокую должность, чтобы придать ответственности и мотивировать его

27 Какова основная современная тенденция в развитии организаций?

- снижение организованности
- разукрупнение организаций;
- увеличение количества иерархий
- снижение значимости иерархий

- ускорение в развитии организаций.

28 Основные элементы организационной культуры 1) ценности, социальные установки 2) уровни иерархии 3) нравственные принципы и деловая этика 4) методы управления персоналом 5) стиль руководства

- 1, 2, 4
 1, 3, 5
 2, 3,
 2.5
 4.2

29 Повторные исследования с одинаковой структурой выборки и каждый раз с одним и теми же участниками, отбирающимися по специальной методике, являются:

- панельными исследованиями ;
 мониторингом ;
 сканированием.
 контролингом
 бенчмаркингом

30 Функциональный бенчмаркинг – это ...

- изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, являющихся прямыми конкурентами данной фирмы
 изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, не являющихся прямыми конкурентами;
 изучение методов работы.
 составление сценариев развития;
 проведение независимого опроса членов группы экспертов;

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

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

32 Бенчмаркинг можно использовать в работе:

- государственных организаций
 коммерческих организаций
 частных организаций
 всех организаций.
 общественных организаций;

33 Функциональный бенчмаркинг – это:

- проведение независимого опроса членов группы экспертов;
 изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, не являющихся прямыми конкурентами;
 изучение изделий, услуг, процессов работы организаций, являющихся прямыми конкурентами данной фирмы
 составление сценариев развития;
 изучение опыта специалистов.

34 Система контроля должна обладать следующими характеристиками?

- Все варианты
 Своевременность
 Тщательность

- Объективность
- Интегрирование

35 - 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
- операционный риск
- тактический атака
- конкурентная разведка
- анализ стратегий

36 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, 4
- 1, 2
- 2, 3
- 2, 5
- 3, 4

37 Подходы к управлению процессом реализации стратегических изменений: 1) авторитарный; 2) демократический; 3) контролирующий; 4) подход посредством сотрудничества; 5) чемпионский.

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

38 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, 3
- 2, 3, 5
- 1, 2, 5
- 2, 3, 4

39 Типы систем стратегического контроля: 1) корпоративный; 2) бюрократический; 3) функциональный; 4) рыночный; 5) по выходу

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

40 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, 5

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

41 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Пятый этап включает

- Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- Разработка стандартов или точного определения целей
- Оценка результатов функционирования за обозначенный период
- Выявление причин отклонений и путей их устранения

42 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Четвертый этап включает:

- выявление причин отклонений и путей их устранения
- Оценка результатов функционирования за обозначенный период
- Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- Разработка стандартов или точного определения целей

43 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Третий этап включает:

- Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
- Оценка результатов функционирования за обозначенный период
- выявление причин отклонений и путей их устранения
- Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
- Разработка стандартов или точного определения целей

44 Сегментация стратегических зон хозяйствования -это:

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

45 Анализ сегментов рынка - это:

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

46 Организация - это:

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

47 Управление - это

- направление деятельности организации
- целенаправленная деятельность людей по реализации определенных видов деятельности;

- 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;
- должностная обязанность руководства
- принципы и методы организационной деятельности;

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

- Ансофф
- Портер
- Карлоф
- Саймон
- Чандлер

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

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

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

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

51 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

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

52 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

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

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

- новые рынки.
- стандартизованные товары;
- быстрые изменения технологии

- барьеры входа/выхода
- товар дорог для покупателей

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

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

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

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

56 Наличие продуктов-заменителей:

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

57 Конкурентная среда организации определяется

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

58 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.

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

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

- тактического ранга
- среднего ранга
- высокого ранга
- низкого ранга
- оптимального ранга

60 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

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

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

- генерическая стратегия
- бизнес-стратегия
- функциональная стратегия
- стратегия
- корпоративная стратегия

62 Стратегия сегментации особенно успешна:

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

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

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

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

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

65 Анализ сегментов рынка – это:

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

66 С чем связано развитие продуктовой организации

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

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

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

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

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

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

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

70 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

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

71 В системе управления организацией – объект управления – это?

- организационная подсистема
- связующая подсистема
- управляющая подсистема
- управляемая подсистема
- правовая подсистема

72 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.

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

73 Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли:

- Б. Карлофф;
- Мак Кинзи
- И. Ансофф;
- Г. Саймон.
- М. Портер

74 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, 4
- 4, 2
- 3, 5
- 2, 3, 5
- 1, 2

75 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.

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

76 По форме какие бывают виды конкуренции:

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

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

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

78 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, 5
- 1, 2
- 2, 4
- 1, 4
- 3, 5

79 Окружающая среда организации включает:

- среду косвенного воздействия

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

80 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.

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

81 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

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

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

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

83 Функционально анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

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

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

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

85 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.

- 1, 4, 5

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

86 Что можно отнести к экономическим факторам внешней среды?

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

87 Что можно отнести к правовым факторам внешней среды?

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

88 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, 5, 6, 7, 9
- 5, 7, 8, 10
- 3, 4, 9, 10
- 1, 2, 4, 5, 6

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

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

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

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

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

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

92 Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических

проблем- это....

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

93 Выделяют следующие виды ресурсов организации

- Информационном
- духовные
- технические
- финансовые
- организационные

94 Анализ кадрового потенциала – это:

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

95 Производственно-хозяйственный анализ – это:

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

96 Понимание термина угрозы и возможности в буквальном смысле

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

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

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

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

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

99 Финансово-экономический анализ –это:

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

100 Диагностика предприятия – это:

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

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

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

102 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.

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

103 Организационно-управленческий анализ – это:

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

104 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.

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

105 Какой орган управления не характерен для акционерного общества:

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

106 Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

- очень, важно идти на уступки, выслушивать всех и реагировать на все просьбы
- 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»
- производительность работников намного выше, когда они действуют в рамках широких полномочий, сами ставят перед собой цели, регулируют свой труд и контролируют производственный процесс
- лучше обладать властью, а не влиянием

107 Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

- перспективные компании учатся на чужих ошибках
- 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
- перспективные компании следуют проверенным и зарекомендовавшим себя рецептом успеха, что обеспечивает им стабильное преуспеяния в будущем

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

- ликвидации
- интегрированного роста
- концентрированного роста
- диверсификации
- сокращения

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

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

110 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:

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

111 Что не является внутренней переменной организации?

- структура
- принципы
- законодательство
- люди
- цель

112 К внешним компетенциям относится:

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

113 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 маркетингом
- факторы, связанные со сбытом
- факторы, связанные с производством
- факторы, связанные с технологией
- факторы, связанные с распределением

114 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 производством
- факторы, связанные со сбытом
- факторы, связанные с маркетингом
- факторы, связанные с распределением
- факторы, связанные с технологией

115 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 распределением
- факторы, связанные со сбытом
- факторы, связанные с технологией
- факторы, связанные с производством
- факторы, связанные с маркетингом

116 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 распределением
- факторы, связанные с технологией
- факторы, связанные с маркетингом
- факторы, связанные со сбытом
- факторы, связанные с производством

117 Центральная компетенция – это:

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

118 Характеристики корневых компетенций фирмы:

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

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

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

120 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.

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

121 Исходный этап процесса стратегического управления

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

122 Компетенция –это:

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

123 Оценка стоимости стратегических программ элементарным методом предполагает:

- сравнение конкурентных затрат
- 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
- калькуляцию затрат на каждый из видов работ, входящих в программу
- выделение сметы затрат

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

- проблемный анализ
- комплексный анализ

- ПЭСТ- анализ
 управленческий анализ;

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

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

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

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

127 Исследование деятельности компаний в контексте внешней среды пред-полагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли (ближнее окружение). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факто-ров 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 персонализирован-ные либо стандартные товары, изменения в законодательстве и политике, из-менение общественных ценностей и образа жизни, уменьшение неопреде-ленности и степени риска ?причины изменений в структуре конкуренции и внешней среде;

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

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

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

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

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

130 Конкурентная среда организации определяется

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

131 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, 5
- 1, 4
- 2, 4
- 1, 2
- 2, 5

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

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

133 Наличие продуктов-заменителей:

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

134 Анализ конкурентных преимуществ вашей фирмы вы будете осуществлять с помощью

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

135 Анализ сегментов рынка - это

- анализ клиентов
- анализ конкурирующей продукции на рынке;
- анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции:

- анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятием;
- анализ покупательской способности;

136 Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды – это:

- оперативное планирование.
- стратегическое планирование
- стратегия;
- СВOT – анализ
- стратегическое управление;

137 Различия STEP и SWOT анализов

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

138 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
- 1, 5
- 1, 2
- 2, 4
- 3, 4

139 SWOT-анализ происходит на ступени ситуационного анализа.

- 2-й
- 3-й
- 1-й
- 4-й
- 5-й.

140 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
- 1, 4
- 1, 5
- 2, 5
- 2, 4

141 Функционально анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

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

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

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

143 Анализ по специфичности включает ресурсы:

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

144 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).

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

145 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).

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

146 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).

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

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

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

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

- 1, 3, 5

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

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

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

150 Ситуационный анализ - это:

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

151 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

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

152 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, 4
- 4,2
- 1, 2, 4
- 2,3, 5

153 К функциям оперативного уровня управления не относится:

- проектирование структуры организации
- анализ
- контроль
- регулирование
- учет

154 SWOT-анализ не предусматривает выявление и подробное рассмотрение:

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

155 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;

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

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

- стратегия;
- стратегическое управление
- стратегическое планирование
- СВОТ-анализ;
- ПЕСТ- анализ.

157 Чем различаются STEP и SWOT-анализы:

- STEP- анализ – это разновидность качественного, а SWOT- количественного анализа
- 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
- SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP- анализ – ее возможностей и внешних угроз;
- отличаются по периодичности выполнения

158 Различия STEP и SWOT анализов:

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

159 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
- 4,2
- 3,5
- 2,3, 5
- 1, 2, 4

160 SWOT-анализ происходит на ступени ситуационного анализа

- 2-й
- 5-й.
- 4-й
- 3-й
- 1-й

161 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
- 4, 2
- 3, 5
- 2, 3, 5
- 1, 2, 4

162 SWOT- анализ это

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

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

- анализ ресурсов
- 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;
- прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к ее изменениям;

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

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

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

- SWOT- анализ
- управленческий анализ
- стратегическое управление;
- стратегия;
- стратегическое планирование

166 Ситуационный анализ – это:

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

167 Нематериальные активы включают:

- Цель

- Бренды
- Методы
- Объекты
- Субъекты

168 Нематериальные активы включают:

- Цель
- Навыки
- Методы
- Объекты
- Субъекты

169 Материальные активы включают:

- Человеческие ресурсы
- Методы
- Объекты
- Субъекты
- Цель

170 Материальные активы включают:

- Субъекты
- Здания
- Цель
- Методы
- Объекты

171 Материальные активы включают

- Субъект
- Запасы
- Цель
- Методы
- Объекты

172 SWOT - анализ это

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

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

- стратегическое планирование;
- стратегия
- стратегическое управление
- управленческий анализ
- SWOT- анализ

174 Ситуационный анализ - это:

- анализ микросреды.
-) анализ деятельности, проводимый в зависимости от сложившейся ситуации

- анализ ситуации, сложившейся внутри организации;
- анализ влияющих факторов и места предприятия в окружающем бизнес- пространстве
- анализ макросреды;

175 Что лежит в основе перехода фирм к дивизиональной структуре

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

176 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

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

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

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

178 Стратегическое управление включает этапы: стратегический анализ; стратегический выбор реализации стратегии. Стратегический анализ - это?

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

179 Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации - это:

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

180 Дальнее окружение ... влияет на организацию:

- сильно
- слабо
- косвенно
- непосредственно
- не

181 Ближнее окружение ... влияет на организации:

- непосредственно
- слабо
- сильно
- не
- косвенно

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

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

183 Что такое внешняя среда организации?

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

184 Первый этап разработки стратегия любой организации - это

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

185 Сегментация стратегических зон хозяйствования - это:

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

186 Анализ сегментов рынка - это:

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

187 Основная цель анализа внешней среды организации - это:

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

188 Внешнюю среду современной фирмы можно охарактеризовать как

- стабильную

- Постоянную
- Динамичную
- Простую
- Предсказуемую

189 Конкурентная среда организации определяется:

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

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

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

191 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

192 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

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

193 К чему следует отнести потребителей продукции

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

194 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

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

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

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

196 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, 5
 1, 2, 4
 4.2
 2, 3, 5

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

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

198 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»

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

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

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

200 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.

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

3.5

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

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

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

- генерическая стратегия
- бизнес-стратегия
- функциональная стратегия
- корпоративная стратегия
- стратегия

203 Функциональный анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

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

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

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

205 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.

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

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

- политической
- технологической
- социальной
- экономической
- демографической

207 Исходным процессом в стратегическом управлении является:

- оценка стратегии

- определение миссии и целей
- выбор стратегии
- анализ среды
- анализ внешней среды

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

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

209 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»

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

210 Анализ потенциала организации включает:

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

211 Окружающая среда организации включает:

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

212 Анализ сегментов рынка – это:

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

213 Сегментация стратегических зон хозяйствования –это:

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

214 Система специфического внутрифирменного образования (корпоратив-ные университеты) - это:

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

215 В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать:

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

216 Анализ кадрового потенциала - это:

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

217 Организационная культура - это:

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

218 Что является главным определяющим фактором культуры организации:

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

219 Количество типов культур по классификации Хэнди:

- 3
- 5
- 2
- 5
- 6

220 Количество типов культур по классификации Майлза и Сноу:

- 7
- 4
- 3
- 5
- 6

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

- 1, 2, 3

- 1, 2, 4
- 3
- 3, 4
- 2, 3, 4

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

- 2, 3, 4
- 1, 2
- 2, 4
- 1, 3
- 1, 3, 4

223 Культурная сеть включает:

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

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

- 1
- 1, 2, 3, 4
- 3, 4
- 4, 2
- 2

225 Парадигма организации это:

- Мировоззрение
- Система
- Позиция
- Взгляд
- Окружение

226 Культура компании это: 1. Убеждения 2. Обычай 3. Возраст 4. Опыт 5. Образ мышления

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

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

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

228 Что является предметом труда работников управления ?

- решения.
- ресурсы;

- готовая продукция
- сырье, материалы
- информация;

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

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

230 Амбициозный подход основан на:

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

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

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

232 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

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

233 Стратегическая зона хозяйствования – это

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

234 Стратегии организации нацелены в основном

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

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

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

236 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

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

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

- стержневым
- корпоративным;
- базовым
- функциональным;
- отраслевым;

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

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

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

- инновации
- финансы
- маркетинг;
- производство;
- менеджмент

240 Чем отличается тактический план от операционного

- тактический план реализуется всегда, а операционный нет
- операционные и тактические планы – это одно и то же
- 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
- операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические – достигать отдельные тактических целей

241 Профессионально сделанная маркетинговая стратегия гарантирует фирме

- непротиворечивость решений конкретных управленческих проблем и оптимальное достижение поставленных целей организации на рынке;
- единственно возможный путь достижения наибольших коммерческих выгод
- 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;

242 Маркетинговая стратегия представляет собой

- выбор рынка
 комплекс планов изучения рынка, формирования товарного ассортимента, ценовой политики, коммуникационной и сбытовой деятельности
 комплекс приемов поведения предпринимателей на рынке
 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

243 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

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

244 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.

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

245 Стратегический менеджмент включает элементы всех предшествующих систем управления:

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

246 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

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

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

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

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

249 Стратегическое планирование – это

- планирование стратегических альтернатив
- комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров
- 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
- процесс определения стратегии

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

- стратегический финансовый план
- стратегический план производства
- стратегический организационный план;
- базовая стратегия;
- экономический план.

251 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, политические факторы

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

252 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, 5
- 4.2
- 3.5

- 1, 2, 4
 2,3, 5

253 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
 2,3, 5
 3.5
 4.2
 1, 2, 4, 5

254 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

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

255 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

256 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

- научность
 разделение труда
 единство направления
 системность.
 экономичность и эффективность

257 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»?

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

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

- долгосрочное планирование;

- стратегическое управление
- стратегическое планирование
- тактическое планирование
- среднесрочное планирование;

259 Маркетинговый подход в стратегическом управлении предполагает

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

260 Стратегический менеджмент относится только

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

261 Стратегический менеджмент- это:

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

262 Основными элементами стратегического управления являются

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

263 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

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

264 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

- 4,2
- 2,3, 5

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

265 Стратегия управления персоналом относится

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

266 В основе классификаций стратегий используются следующие классификационные признаки

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

267 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, 3
 2,3, 5
 1, 2, 4
 1, 3, 5
 1, 2, 5

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

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

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

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

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

- 4,2
 2, 3
) 1, 3
 1, 2
 3, 5

271 Для чего нужен анализ покупателей?

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

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

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

273 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
- 3, 5
- 2, 3
- 1, 3
- 1, 2

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

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

275 Что является предметом STEP-анализа?

- Организация
- конкуренты
- Поставщики
- Макросреды
- рынок

276 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

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

277 Чем различаются STEP и SWOT-анализы

- отличаются по периодичности выполнения.
- 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;
- предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP-анализа - только ее внешняя макросреда
- STEP- анализ - это разновидность качественного, а SWOT- количественно-го анализа

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

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

279 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

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

280 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

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

281 Если преобладает ценовая конкуренция, то более эффективной будет стратегия

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

282 Стратегия низких издержек особенно успешна, если

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

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

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

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

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

285 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.

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

286 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

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

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

- другое
- стратегия сокращения
- стратегия «сбора урожая»
- стратегия ликвидации;
- стратегия сокращения расходов

288 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

- другое
- стратегия «сбора урожая»
- стратегия ликвидации;
- стратегия сокращения;
- стратегия сокращения расходов

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

- другое
- стратегия «сбора урожая»
- стратегия ликвидации;
- стратегия сокращения расходов
- стратегия сокращения

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

- дифференцированного маркетинга

- инноваций
- дифференцированной продукции;
- лидерства по издержкам;
- дифференциации сервиса

291 Анализ конкурентных преимуществ вашей фирмы вы будете осуществлять с помощью

- модели И. Ансоффа
- системы Станиславского
- кластерного анализа
- Z-счета Алтмана

292 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

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

293 Стратегия минимизации издержек нацелена:

- на создание новых сегментов рынка.
- 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 обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами;

294 Конкурентоспособность это

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

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

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

296 Может ли фирма на практике одновременно реализовывать несколько стратегий:

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

297 Что означает эмерджентная стратегия?

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

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

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

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

- структурные
- содержание
- период установления
- повторяемость
- измеримость

300 Амбициозный подход основан на...

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

301 Сегментация рынка – это:

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

302 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.

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

303 Кто считается предшественником стратегического управления и первым стратегом

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

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

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

305 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
 2, 3, 5
 1, 3, 5
 1, 2, 4
 4, 2

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

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

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

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

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

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

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

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

310 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.

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

311 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, 3, 4
- 4.2
- 1, 2, 4
- 2,3, 5

312 Управление – это:

- направление деятельности организации.
- 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
- должностная обязанность руководства
- принципы и методы организационной деятельности
- целенаправленная деятельность людей по реализации определенных видов деятельности

313 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 выбирает лучший сегмент рынка
- фирма должна осуществлять высокоспециализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы становиться лидером в своей области
- фирма досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка в определенного типа продукции
- фирма должна строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка
- 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

314 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 строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка
- фирма должна осуществлять высоко специализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы становиться лидером в своей области
- фирма выбирает лучший сегмент рынка.
- 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

315 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
- компания выбирает лучший сегмент рынка.
- фирма досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка в определенного типа продукции;
- 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

316 Стратегия дифференциации особенно успешна

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

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

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

318 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

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

319 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

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

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

- корпоративная стратегия
- рыночная стратегия
- стратегия
- функциональная стратегия
- бизнес-стратегия

321 Сегментация стратегических зон хозяйствования – это

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

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

- инновации
- менеджмент
- финансы
- маркетинг
- производство;

323 Стратегическая архитектура – это:

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

324 Предпосылки использования конкурентной стратегии дифференциации

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

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

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

326 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.

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

327 Интегрированный рост организации предполагает:

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

- реализацию технологически новой продукции на новых рынках;

328 Стратегия сегментации особенно успешна:

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

329 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 предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;
 когда у покупателей дифференцированный подход.

330 Стратегия низких издержек особенно успешна, если:

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

331 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, 3, 4, 5
 1, 2, 4
 2, 3, 5
 4, 2

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

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

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

- функциональный
 высший
 низовой
 средний
 тактический

334 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, 5
- 1, 2, 3
- 1, 3, 4
- 3.5
- 4.2

335 Какие из названных позиций правильно характеризуют стратегию развития предприятия:

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

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

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

337 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;
- стратегия ликвидации;
- стратегия «сбора урожая
- стратегия сокращения расходов

338 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 сокращения
- стратегия риска
- стратегия ликвидации
- стратегия «сбора урожая

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

340 Конкретным типом стратегий 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
- стратегия усиления позиции на рынке

- стратегия централизованной диверсификации
- стратегия горизонтальной диверсификации
- г)) стратегия конгломеративной диверсификации;

341 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 конгломеративной диверсификации;
- стратегия концентрации
- стратегия горизонтальной диверсификации;
- стратегия централизованной диверсификации
- стратегия усиления позиции на рынке

342 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 усиления позиции на рынке
- стратегия конгломеративной диверсификации;
- стратегия обратной вертикальной интеграции
- стратегия горизонтальной диверсификации
- стратегия централизованной диверсификации

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

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

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

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

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

- стратегия развития рынка;
- стратегия роста;
- стратегия усиления позиции на рынке;

- стратегия дифференцирования
- стратегия развития продукта;

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

348 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.

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

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

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

350 Группа стратегий, которой 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;

351 Виды корпоративной стратегии диверсификации поглощение:1) диверсификацию в родственные отрасли;2) диверсификацию в неродственные отрасли;3) стратегию свертывания и ликвидации;4) стратегию многонациональной диверсификации5) стратегию реструктурирования.

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

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

- диверсифицированного роста;
- восстановления.

- сокращения;
- интегрированного роста;
- концентрированного роста;

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

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

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

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

355 Диверсифицированная компания – это:

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

356 Совершенствование бизнес- процессов осуществляется:

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

357 Какие из названных позиций правильно характеризуют стратегию развития предприятия:

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

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

- 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).
- обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами;
- наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов;

359 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.

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

360 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, 3, 5
- 2, 3, 4
- 1, 2, 5
- 2, 4, 5
- 1, 4, 5

361 Отличительная черта ассортимента компании, реализующей стратегию широкой дифференциации:

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

362 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам:

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

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

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

364 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, 2, 5
- 2, 4, 5
- 1, 3, 5
- 1, 3, 4
- 2, 3, 4

365 Стратегия организации - это:

- определение видов бизнеса.
- основное направление развития и деятельности организации;
- то же, что и цели организации;

- генеральная программа организации на перспективу с учетом приоритетов задач, ресурсов и действий;
- долгосрочное планирование;

366 Стратегия минимизации издержек нацелена:

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

367 Конкурентоспособность это:

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

368 По форме какие бывают виды конкуренции:

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

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

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

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

- корпоративная стратегия
- бизнес-стратегия
- функциональная стратегия
- генетическая стратегия
- стратегия

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

- генетическая стратегия
- корпоративная стратегия
- функциональная стратегия
- бизнес-стратегия
- стратегия

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

- корпоративная стратегия

- генетическая стратегия
- бизнес-стратегия
- функциональная стратегия

373 Предпосылки использования конкурентной стратегии лидерства в издержках:

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

374 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:

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

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

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

376 Основная зависимость отделений холдинговой структуры с центром

- моральная зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
- техническая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
- финансовая зависимость от главной компании, которой принадлежит центральный офис
- финансовая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
- кадровая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций

377 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, 4
- 4, 2
- 1, 2, 5
- 3, 5
- 2, 3, 5

378 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 .

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

- 2,3, 5

379 Стратегическая зона хозяйствования –это:

- сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
 свободная экономическая зона;
 конкурентная зона.
 перспективный сегмент рынка;
 зона наибольшего стратегического хозяйственного риска

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

- низкого
 функционального.
 тактического;
 среднего
 высокого

381 За что несет ответственность каждое подразделение фирмы территориальной структуры организации

- за реализацией всей продукции компании
 за разработку, производство и сбыт однородной продукции на данной территории
 за реализацию проектов компании во всех офисах фирмы
 за текучесть кадров в компании
 за дисциплиной

382 Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: быстрый рост вызывает новые вступления; замедление роста увеличивает соперничество и отсечку слабых конкурентов

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

383 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.

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

384 Стратегическая зона хозяйствования – это.....

- подразделение бизнес- единицы
 сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
 зона наибольшего хозяйственного риска
 перспективный сегмент рынка
 свободная экономическая зона

385 Рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над поставщиками. Это стратегия:

- стратегия усиления позиции на рынке

- стратегия обратной вертикальной интеграции
- другое.
- стратегия роста
- стратегия вперед идущей вертикальной интеграции

386 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 роста;
- стратегия усиления позиции на рынке;
- стратегия вперед идущей вертикальной интеграции;
- стратегия обратной вертикальной интеграции;
- другое

387 Строительство или приобретение новых магазинов и складских помещений, реконструкция или модернизация действующих магазинов, формирование эффективного портфеля финансовых инструментов и т.п. - это... цели.

- маркетинговые
- инвестиционные
- организационные.
- инновационные
- финансово-экономические

388 Содержание портфельной стратегии включает в себя

- множество видов бизнесов.
- расположение и масштабы будущих областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных деятельностей
- использование технологий по принципу «двойного назначения»;
- использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации;
- многообразное использование различного рода ресурсов фирмы: материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.;

389 Каково отличие портфельной стратегии от конкурентной:

- конкурентная стратегия более эффективна.
- конкурентная стратегия – это выбор в рамках одной конкретной сферы бизнеса, а портфельная – это прежде всего выбор самих сфер бизнеса;
- конкурентная стратегия – это выбор конкурентного преимущества, а портфельная – выбор объектов инвестирования;
- портфельная стратегия, как правило, не конкурентна;
- конкурентная стратегия предполагает выбор из нескольких портфельных стратегий той, которая даст наибольшие преимущества в конкуренции

390 Что можно сказать о темпах роста и доле рынка квадрата «Загнанные лошади» («Собаки») матрицы БКГ – анализа ?

- высокая доля рынка, высокие темпы роста рынка
- низкая доля рынка, низкие темпы роста рынка;
- низкая доля рынка, высокие темпы роста рынка;
- нет темпов роста.
- высокая доля рынка, низкие темпы роста рынка;

391 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.

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

392 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.

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

393 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»;

394 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».

- Загнанные лошади».
- Дойные коровы
- Собаки»;
- Трудные дети»
- «Звезды»;

395 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».

- Загнанные лошади».
- Трудные дети
- «Собаки
- Дойные коровы»;
- Звезды»;

396 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

- Загнанные лошади».
- Дойные коровы»
- Собаки»;

- Трудные дети»
- Звезды»;

397 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».

- Загнанные лошади».
- Трудные дети»;
- Собаки»
- Дойные коровы»;
- г) «Звезды»;

398 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»

- Загнанные лошади».
- Трудные дети»;
- Дойные коровы»;
- Собаки
- Звезды»;

399 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

- матрица Ансоффа
- концепция Артур де Литтл;
- концепция Бостонской консультативной группы
- концепция Джeneral Электрик/Маккензи;
- концепция конкуренции Shell|DPM

400 Оценка бизнеса и компании – это:

- оценка долгосрочной деятельности компании.
- оценка эффективности управленческой деятельности на предприятии;
- оценка эффективности деятельности предприятия
- оценка рыночной стоимости компании и бизнеса
- оценка планируемой деятельности компании

401 Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

- сбор урожая
- сокращение
- ликвидация
- горизонтальная диверсификация
- развитие рынка

402 Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

- сбор урожая
- развитие рынка
- сокращение
- Центрированная диверсификация
- развитие продукта

403 Что из нижеперечисленного относится к стратегии интегрированного роста

- развитие рынка
- сбор урожая
- ликвидация
- вперед идущая вертикальная стратегия
- сокращение

404 Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

- ликвидация
- развитие продукта
- Развитие рынка
- конгломеративная диверсификация
- сбор урожая

405 Что такое Диверсификация ?

- факторы, условия, силы и субъекты
- термин, определяющий все, что компания или ее подразделения делают лучше других
- схематичное представление сложного процесса
- процесс проникновения фирмы в другие отрасли производства.
- совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы жизнедеятельности организации.

406 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?

- ликвидации
- диверсификации
- интегрированного роста;
- концентрированного роста
- сокращения

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

- обратной вертикальной интеграции;
- конгломерантной диверсификации;
- развития продукта;
- «сбора урожая»;
- сокращение расходов.

408 Какие стратегии может выбирать фирма, имеющая слабые конкурентные позиции, при быстром росте рынка:

- вертикальная интеграция.
- горизонтальная интеграция или слияние;
- диверсификация
- пересмотр стратегий концентрации;
- сокращение;

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

- сокращение расходов.
- обратной вертикальной интеграции;
- развития продукта;
- «сбора урожая»;
- конгломерантной диверсификации;

410 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.

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

411 Какая из перечисленных стратегий развития предполагает отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе:

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

412 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;
 интегрированного роста ;
 ликвидации.

413 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 развития рынка ;
 стратегию дифференциации;
 стратегию роста.
 стратегию проникновения на рынок ;

414 Для каких целей организации характерна наибольшая детализация и конкретизация

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

415 Стратегия стабильности характеризуется:

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

416 Стратегией 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 конгломеративной диверсификации;
- другое
- стратегия горизонтальной диверсификации;
- стратегия централизованной диверсификации;
- стратегия усиления позиции на рынке;

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

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

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

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

419 Развитие глобальной стратегии связано с вопросами... 1. глобальных знаний 2. глобального рынка 3. Инвестиций 4. Акционирования 5. глобального размещения видов деятельности в ценностной цепочке

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

420 Из выделил четыре фактора, которые определяют природу и степень глобализации отрасли: 1. маркетинговые 2. инновационные 3. Затратные 4. Конкурентные 5. государственное

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

421 Рыночные факторы глобализации: 1. сходные потребительские запросы 2. запросы простых потребителей 3. Каналы глобальной дистрибуции 4. Каналы распределения продукции 5. Каналы распределения информации

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

422 Рыночные факторы глобализации: А. Каналы распределения продукции Б. сходные потребительские запросы В. Техники трансфертности рынков Г. Каналы распределения информации Д. присутствие в ведущих странах

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

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

423 Конкурентные факторы глобализации: 1. высокий уровень экспорта 2. наличие конкурентов с других континентов 3. Высокий уровень импорта 4. Новейшие технологии 5. благоприятная логистика

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

424 Конкурентные факторы глобализации: 1. взаимозависимость разных стран 2. Новейшие технологии 3. Высокий уровень экспорта 4. Глобализованные конкуренты 5. Высокий уровень импорта

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

425 Государственные факторы глобализации 1. быстроменяющиеся технологии 2. благоприятная торговая политика 3. Общие правила маркетинга 4. благоприятная логистика страны

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

426 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

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

427 Что такое конфигурация видов деятельности.

- распределение
- Соединение
- разделение
- Размещение
- Определение

428 Факторы глобализации, предложенные ИПОМ является инструментом анализа

- степени интеграции отрасли
- конкуренции
- Ценностной цепочки
- Степени глобализации отрасли
- Экспорта

429 Глобальные стратегические модели Портера: 1. глобальное лидерство по издержкам 2. учет национальных особенностей 3. Глобальная дифференциация 4. Глобальная конкуренция 5. глобальная

дистрибуция

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

430 Глобальные стратегические модели Портера: 1. глобальная сегментация 2. Глобальная дифференциация 3. Глобальные рынки 4. Глобальная дистрибуция 5. Глобальная конкуренция

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

431 Факторы вхождения на рынок: 1. потенциальный размер рынка 2. культурные и лингвистические 3. интернациональные 4. Инвестиционные 5. экономические

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

432 Факторы вхождения на рынок: 1. социальные 2. экономические 3. Технологические 4. Потенциальный размер рынка 5. Инвестиционные

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

433 Внешние методы для развития иностранных рынков: 1. создание совместных предприятий 2. создание альянсов 3. Прямой экспорт 4. Создание дочерних предприятий 5. лицензирование

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

434 Внешние методы для развития иностранных рынков: 1. Прямой экспорт 2. заграничное производство 3. Семейные 4. Поглощение 5. франчайзинг

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

435 Внутренние методы для развития иностранных рынков: 1. заграничное производство 2. Семейные 3. Локальная сборка 4. франчайзинг 5. лицензирование.

- 1, 5
- 1, 2
- 2, 4

- 1, 3
 2, 4

436 Внутренние методы для развития иностранных рынков: 1. Прямой экспорт 2. Создание дочерних предприятий 3. Поглощение 4. Локальная сборка 5. лицензирование

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

437 Кто автор перечня факторов глобализации

- Друкер
 Чандлер
 Портер.
 Ансофф
 Чандлер

438 Кто автор глобальной ценностной цепочки?

- Ансофф
 Друкер
 Чандлер
 Портер.
 ИП

439 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 цепочке 4. Экономическая деятельность 5. координация видов деятельности в ценностной цепочке

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

440 Кто автор выражения «глобальная деревня»

- Портер
 ИП
 Друкер Чандлер
 Левитт.
 Чандлер

441 Затратные факторы глобализации: 1. глобальная экономия от масштаба 2. глобальные потребители 3. Благоприятная логистика 4. Высокий уровень экспорта 5. национальные различия в расходах.

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

442 Затратные факторы глобализации: 1. эффект кривой обучаемости 2. высокая затратность на развитие продукции 3. Благоприятная торговая политика 4. Быстроменяющиеся технологии 5.

благоприятная логистика

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

443 Затратные факторы глобализации: 1. глобальные потребители 2. эффективность ресурсообеспечения 3. Национальные различия в расходах 4. Высокий уровень экспорта 5. эффект кривой обучаемости

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

444 Термин «интернационализация» относится к любому бизнесу который осуществляется:

- в стране
- за пределами национальных границ
- в сегменте рынка
- в другом городе
- в регионе

445 Термин «мульти национальная компания» означает:

- глобальную компанию
- международную компанию
- Мультипликационную компанию
- Национальную компанию
- совместную компанию

446 Стержневые компетенции отличаются от компетенций тем, что они: 1. уникальны 2. сложны 3. Необходимы 4. Результативны 5. Не поддаются копированию

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

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

- среднего ранга
- низкого ранга
- тактического ранга
- оптимального ранга
- высокого ранга

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

- масштаба деятельности
- масштаба производства
- синергии
- кривой опыта

- объединения

449 Минимизация издержек, улучшение конкурентной позиции и передача знаний организационного характера - являются основными

- элементами стратегии
 мотивами создания стратегических союзов
 составляющими стратегических союзов
 нет верного ответа
 законами стратегии

450 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.

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

451 что означает гомогенный потребительский спрос

- высокий
 дифференцированный
 Рисковый
 потенциальный
 Однородный

452 ИП выделяет два типа глобальных потребителей: 1. национальные глобальные потребители 2. отраслевые потребители 3. Производственные потребители 4. Многонациональные глобальные потребители 5. все вместе взятые

- 1, 5
 2, 5
 1, 4
 2, 4
 1, 2

453 Глобальные отрасли – это те в которых...

- ценностная цепочка охватывает несколько стран
 Конкуренция носит глобальный характер
 высокие прибыли
 лучшие кадры
 В нестандартные товары

454 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, 4, 5
 1, 4, 5
 1, 3, 5
 2, 3, 4
 1, 2, 5

455 Интеграция это:

- дифференциация
- Объединение за счет слияния и поглощения
- развитие
- деление
- Соединение

456 Что является целью глобальной стратегии:

- координация видов деятельности
- Конкурентные преимущества
- прибыль
- доля рынка
- Конфигурация видов деятельности

457 бенчмаркинг, проводимый организациями, состоящими в узком бенчмаркинговом альянсе.

- Товарный бенчмаркинг (реинжиниринг)
- Консультативный бенчмаркинг
- Кооперативный бенчмаркинг
- глобальный (международный) бенчмаркинг
- Ассоциативный бенчмаркинг

458 Функциональный (общий) бенчмаркинг это –

- 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 сравнение организации с другими при помощи консультационной службы
- 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

459 Конкурентный бенчмаркинг это

- предполагает сопоставление собственных показателей с аналогичными показателями конкурентов
- 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
- 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

460 Кооперативный бенчмаркинг это –

- 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
- 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 сравнение организации с другими при помощи консультационной службы

461 Глобальный (международный) бенчмаркинг это –

- 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
- подразумевает сравнение организации с другими при помощи консультационной службы

462 Консультативный бенчмаркинг это –

- 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
- 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

463 Можно выделить следующие причины популярности бенчмаркинга:

- Необходимость адаптации и использования мировых достижений в области производственных и бизнес-технологий
- Вознаграждение за качество
- Глобальная конкуренция
- Все варианты

464 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;
- мониторинг;
- сканирование.
- бенчмаркинг

465 Благодаря чему организации смогли выйти на массовое производство, механизацию и автоматизацию производства

- благодаря классической теории Тейлора
- благодаря текучести кадров
- благодаря новым инвестициям
- благодаря жесткой дисциплине
- благодаря функциональной специализации

466 Когда стали возникать, точнее получили развитие функциональные типы организаций

- в период внедрения информационных технологий
- при социализме
- в период промышленной революции при создании крупных фабрик и заводов
- в период мирового кризиса
- при феодализме

467 Когда возникает необходимость перехода к другим типам организации управления при линейной структуре организации

- когда увеличивается спрос на продукцию
- как только работы в организации начинают специализироваться
- при смене руководства
- во время кризиса
- когда начинает портиться дисциплина

468 Дает ли эффект линейной структуры в организациях среднего и большого размера

- как правило, на верхних уровнях иерархии
- дает
- как правило, на нижних уровнях иерархии
- не дает
- как правило, на средних уровнях иерархии

469 Где широко используется линейная структура организации

- в строительстве
- в корпорациях
- в государственном секторе
- в холдингах
- в семейном или мелком бизнесе

470 Чем в основном характеризуется линейный тип организации

- горизонтальными и диагональными связями
- горизонтальными и вертикальными связями
- вертикальными связями
- горизонтальными связями
- диагональными связями

471 Принципы линейного деления организации:

- по численности
- все перечисленное
- по территории
- по природным факторам
- по времени

472 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.
- технологические изменения;
- изменения в продуктах
- структурные изменения
- изменения в культуре и людях;

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

- изменения в продуктах;
- структурные изменения
- изменения в культуре и людях;
- технологические изменения
- изменения в нормах и принципах.

474 Что способствовало образованию дивизиональных организаций?

- Внедрение инновационных проектов
- Сочетание централизованного планирования наверху и децентрализованной деятельности производственных подразделений
- Сочетание централизованного планирования и централизованного контроля
- Внедрение информационных технологий
- Появление многочисленных сортов товара

475 Основная характеристика инновационной структуры

- разрабатывается и осваивается выпуск традиционной продукции на новых рынках
- планирование и контроль новых рынков сбыта
- разрабатывается и осваивается выпуск новейшей продукции
- разрабатывается и осваивается выпуск традиционной продукции
- прогнозирование спроса рынка на традиционную продукцию

476 Ключевая роль в проведении стратегических изменений и мобилизации потенциала организации принадлежит:

- научным и инженерно-техническим сотрудникам;
- руководству организации
- в равной степени всем работникам организации.
- непосредственным исполнителям ;
- руководителям среднего звена и непосредственным исполнителям

477 Наиболее часто повторяющаяся ошибка при реализации новой стратегии

- отсутствие необходимых ресурсов
- новая стратегия автоматически налагается на старую структуру.
- отсутствие желания осуществлять стратегическое планирование
- неспособность

478 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»?

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

479 При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее...

- административный;
- комбинация стилей в зависимости от важности и сущности стратегических изменений;
- жесткий стиль управления
- демократический стиль управления;
- партисипативный стиль управления;

480 Наиболее часто повторяющаяся ошибка при реализации новой стратегии:

- плохое знание внешнего рынка;
- новая стратегия автоматически налагается на старую структуру.
- отсутствие необходимых ресурсов;
- неспособность и отсутствие желания осуществлять стратегическое;
- планирование;

481 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

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

3.5

482 При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее:

- административный, жесткий стиль управления;
- комбинация стилей в зависимости от важности и сущности
- демократический стиль управления.
- стратегических изменений;
- партисипативный стиль управления;

483 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.

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

484 Основные области стратегических изменений при реализации стратегии: 1) персонал; 2) имидж организации; 3) структура организации; 4) культура; 5) стиль управления;

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

485 Подходы к управлению процессом реализации стратегических изменений: 1) авторитарный; 2) контролирующей; 3) демократический; 4) подход посредством сотрудничества; 5) чемпионский

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

486 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, 5
- 1, 2, 4
- 4.2
- 3.5
- 2, 3, 5

487 Стратегические изменения определяются:

- реальной конкурентной позицией организации;
- характеристиками существующего и будущего стратегического состояния организации, динамичными изменениями внешней среды;
- конъюктурой рынка;
- только внутренними особенностями данной конкретной организации;
- системой мотивации персонала организации и используемой технологией производства;

488 В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать:

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

489 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.

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

490 Проектирование организационной структуры – это:

- создание новой организации
- формирование управленческих структур.
- соотношение вертикальных и горизонтальных связей;
- формирование штатного расписания в рамках управления персоналом;
- процесс нахождения соответствия между ключевыми элементами организации (структура, персонал, системы решений и поощрений, неформальная организация и организационная культура и пр.) и ее стратегий

491 Организационная структура является результатом:

- оптимизации структуры функциональных и управленческих связей при осуществлении бизнес- процессов с целью повышения эффективности организации;
- моделирования деятельности организации.
- кадрового планирования;
- стратегий и целей деятельности организации;
- плановой деятельности;

492 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

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

493 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
- 4, 2
- 2, 3, 5
- 3, 5
- 1, 2, 4

494 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.

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

495 Долгосрочная привлекательность отрасли и позиция в конкуренции - это параметры:

- матрицы Джeneral - Электрик / Мак - Кинси;
- Нет правильного ответа
- двухмерной матрицы;
- модифицированной матрицы Бостонской консультационной группы.
- матрицы Бостонской консультационной группы;

496 В матрице БКГ низкая доля на рынке, но с быстрорастущим спросом на фирменные товары и услуги, обозначается « »

- трудный ребенок
- нет правильного ответа
- дойная корова
- звезда
- собака

497 В матрице БКГ высококонкурентный бизнес на зрелых насыщенных рынках обозначается « »

- звезда
- нет правильного ответа
- собака
- трудный ребенок
- дойная корова

498 В матрице БКГ высокая доля на рынке коммерческой организации с большим спросом на товары и услуги, обозначается « »

- нет правильного ответа
- собака
- звезда
- трудный ребенок
- дойная корова

499 Дойные коровы»:

- Продукт, который занимает небольшую долю рынка с низким ростом
- все ответы верны
- владеют большой долей быстро растущего рынка и, следовательно, быстро растущих продаж
- Товар, обладающий высокой долей на рынке с низким ростом
- Продукт, который занимает небольшую долю рынка с высоким ростом продаж

500 Корпоративная (портфельная) стратегия - это.

- стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения;
- все ответы верны
- нет правильного ответа
- 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

501 Матрица БКГ используется для

- сравнения привлекательности различных сфер бизнеса;
- анализа бизнес-портфеля диверсифицированной компании;
- анализа внешней среды
- определения конкурентных позиций стратегических единиц бизнеса.
- конкурентного анализа в отрасли

502 На корпоративном уровне различают следующие виды стратегий:

- функциональная;
- портфельная, функциональная, деловая
- функциональная, деловая
- портфельная.
- деловая;

503 К портфельным методам анализа в стратегическом менеджменте относят...

- матрицу Бостонской консалтинговой группы.
- матрицу жизненного цикла отрасли
- матрицу стратегических соответствий;
- единичную матрицу
- матрицу Томпсона

504 Матрица Бостонской консультационной группы основана на анализе характеристик

- темп роста спроса, доля рынка
- конкуренты
- уровень цен
- темп роста спроса
- доля рынка

505 Что означает термин «широкий портфель»?

- организация работает только на определенных сегментах
- сосредоточена на одном сегменте
- данная фирма охватывает целый ряд разнообразных товарных или рыночных сегментов
- работает в пределах одного сегмента
- организация работает только на одном или немногих товарных или рыночных сегментах

506 Какая из перечисленных стратегий развития предполагает отказ от рассмотрения долгосрочных перспектив бизнеса в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе:

- Стратегия «сбора урожая»
- Стратегия сокращения
- Стратегия лидерства
- Стратегия интеграции
- Стратегия развития

507 Деловая стратегия - это:

- Одна из базисных стратегий
- Стратегия диверсифицированной компании
- Стратегия на уровне функционального подразделения.
- Одна из генерических стратегий
- Стратегия специализированной фирмы (узкопрофильной компании)

508 Корпоративная стратегия - это:

- Стратегия для диверсифицированной компании
- Одна из генерических стратегий
- Стратегия для специализированной фирмы
- Стратегия для подразделений компаний
- Одна из базисных стратегий

509 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

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

510 Стратегия конкурентного поведения последователя за лидером предполагает

- повышение качества продукции.
- реализацию стратегий инноваций;
- охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов
- активную атаку на лидера;
- ведение интенсивной конкурентной борьбы;

511 Высший уровень стратегического менеджмента-..... уровень:

- функциональный;
- оперативный.
- дивизиональный
- корпоративный
- деловой;

512 Что такое «матрица Ансоффа»:

- матрица, представляющая собой совокупность четырех стратегий: продуктовая дифференциация, ценовая дискриминация, более глубокое освоение рынка и развитие (расширение) рынка
- матрица, содержащая стратегии, различие которых первоначально определялось двумя факторами: степенью новизны или традиционности рынка и степенью новизны или традиционности выпускаемого товара;
- матрица содержащая определенные виды бизнес-деятельности.
- матрица, содержащая стратегии организации на базе использования двух векторов роста: технологий изготовления товара (оказания услуги) и рыночной новизны или традиционности удовлетворяемой потребности;
- матрица стратегических целей фирмы в среднесрочной и краткосрочной перспективе с учетом силл и слабостей фирмы

513 Стратегическая зона хозяйствования – это....

- сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет выход
- потребительский рынок.
- свободная экономическая зона;
- перспективный сегмент рынка;
- зона наибольшего хозяйственного риска;

514 Стратегическая единица бизнеса – это:

- самостоятельное подразделение;
- корпоратив.
- подразделение, которое предполагается развивать в первую очередь для реализации стратегии развития организации.
- подразделение организации, занимающееся выработкой стратегических планов развития бизнеса;

- структурное подразделение организации, отвечающее за деятельность в определенной, важной для предприятия, области хозяйствования;

515 На какие виды стратегии можно разделить корпоративную стратегию

- верны ответы первый и второй
 на корпоративную, финансовую, инновационную, стратегию по отношению к персоналу, маркетинговую стратегию
 на краткосрочную и долгосрочную стратегию;
 функциональную и тактическую.
 только на собственно корпоративную стратегию и стратегию отдельных видов бизнеса;

516 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;

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

517 Назовите типы систем стратегического контроля: 1) корпоративный;2) бюрократический;3) функциональный;4) рыночный;5) по выходу.

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

518 Типы систем стратегического контроля: 1) корпоративный;2) бюрократический;3) функциональный;4) рыночный;5) по выходу

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

519 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Первый этап включает:

- выявление причин отклонений и путей их устранения
 Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
 Разработка стандартов или точного определения целей
 Оценка результатов функционирования
 Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами

520 Процесс стратегического контроля состоит из 5 этапов. Первый этап включает:

- Разработка стандартов или точного определения целей
 Определение параметров, подлежащих оценке, или сферы контроля.
 операционный
 Сопоставление фактических результатов функционирования с установленными стандартами
 Оценка результатов функционирования

521 Какой контроль преобладает на уровне отделений?

- операционный
 тактический

- стратегический
- организационный
- циклический

522 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)

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

523 Важнейшим элементом каждой фазы бенчмаркинга является:

- мониторинг
- конкурентная разведка
- контроль
- измерение показателей
- анализ

524 Что такое бенчмаркинг?

- процесс оценки конкурентоспособности предприятия
- это процесс непрерывной оценки и сравнения какой-либо организации с другой
- предназначен для обеспечения координации функций стратегического планирования и контроля
- это относительно новый термин, который используется в экономической теории и практике.
- процесс формирования любого стратегического альянса

525 Если управление рассматривается как действия по выявлению и разрешению проблем, т.е. процесс подготовки и принятия решений», то какая это сторона управления?

- структурная.
- процессная;
- функциональная;
- элементная;
- системная;

526 Какие из следующих факторов могут влиять на выбор стратегии

- все перечисленные факторы.
- отношение высшего руководства к риску;
- наличие финансовых ресурсов;
- обязательства по предыдущим стратегиям;
- личные симпатии и антипатии руководителей

527 Критерий эффективности стратегического управления

- оперативность
- рациональность
- избыточность
- рациональность
- стабильность

528 Какая из предложенных характеристик приемлема для авторитарного стиля?

- невмешательство в дела коллектива
- жесткий контроль работы подчиненных

- мотивация персонала
- делегирование руководящих полномочий
- малая инициатива со стороны руководителя

529 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.

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

530 Амбициозный подход основан на...

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

531 Какие методы контроля используются в стратегическом управлении: 1) предварительный; 2) фильтрующий; 3) по результатам; 4) терапевтический; 5) окончательный.

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

532 Эффективность – это:

- отношение входа к выходу.
- отношение результата к затратам;
- отношение затрат к результатам;
- результат, выраженный в процентах;
- степень достижения заранее намеченной цели, выраженная в процентах;

533 Результативность – это:

- отношение затрат к результатам;
- степень достижения заранее намеченной цели, выраженная в процентах;
- реализация конечной продукции.
- результат, выраженный в процентах от запланированного
- отношение результата к затратам;

534 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;

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

535 Виды функциональной структуры организации производства

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

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

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

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

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

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

- 2 и 4
- 1 и 2
- 3 и 4
- 2 и 3
- 1 и 4

539 Партиципативность – это

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

540 Для чего предназначена организационная структура управления ?

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

541 Линейная организационная структура управления персоналом предполагает

- Двухуровневое руководство, существующее в небольших организациях
- Относительную автономность в работе, простую одномерность связей, возможность самоуправления
- Временную основу работы, повышение многозвенности оргструктуры
- авторитарность руководителя
- Множественность подчинённости персонала разным руководителям в соответствии с кругом решаемых задач

542 Структура организаций по Г. Минцбергу

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

543 Что характеризуют линейные вертикальные связи организационной структуры ?

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

544 Какие существуют типы дивизиональных оргструктур

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

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

- период установления
- приоритетность
- содержание
- среда
- структурные

546 К организационным структурам управления НЕ относятся

- дивизиональные
- матричные
- неформальные
- линейно-функциональные
- линейные

547 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?

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

548 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

- изменения в технике.
- изменения в продуктах;
- технологические изменения

- структурные изменения;
- изменения в культуре и людях;

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

550 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 культуре и людях;
- структурные изменения;
- изменения в системе
- изменения в продуктах

551 Какова основная современная тенденция в развитии организаций

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

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

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

553 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;

554 Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:

- недостатка ресурсов для осуществления изменений
- консервативности людей
- неправильной последовательности действий
- внешних обстоятельств
- нелостатка информации

555 В чем особенность матричной структуры?

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

556 Преимуществами матричной структуры управления являются (выберите несколько): 1) гибкость и адаптивность; 2) улучшение использования интеллектуальных ресурсов; 3) межфункциональная интеграция деятельности; 4) упрощенная система принятия решений; 5) текучесть кадров

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

557 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, 2, 4
- 1, 3, 4
- 4,2
- 3,5
- 2, 3, 5

558 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

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

559 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, 2, 4
- 1, 4, 5
- 4,2
- 3,5
- 2, 3, 5

560 Стратегический менеджмент включает элементы всех предшествующих систем управления

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

561 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
- миссия и стратегические цели предприятия
- стратегический анализ
- стратегический организационный план
- стратегический план производства

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

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

563 Стратегическое планирование – это:

- планирование стратегических альтернатив
- процесс определения стратегии
- 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
- стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения
- комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров

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

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

565 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.

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

566 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.

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

567 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
- 1, 2, 4, 5
- 4,2
- 3,5
- 2,3, 5

568 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

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

569 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

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

570 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

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

571 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 ?

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

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

- тактическое планирование
- стратегическое управление
- стратегическое планирование
- среднесрочное планирование
- долгосрочное планирование

573 Стратегический менеджмент относится только:

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

574 Стратегический менеджмент- это:

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

575 Основными элементами стратегического управления являются:

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

576 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

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

577 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

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

578 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 анализ
- стратегический план производства

579 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;

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

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

- проектам
- программам
- результатам
- ориентирам
- целям

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

- 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 внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к ее изменениям;
- прогнозирование изменений в организации.
- формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации;

582 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.

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

583 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 предприятию; 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

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

3, 5

584 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

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

585 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

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

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

- бюджетирование.
- стратегия
- стратегическое планирование
- стратегическое управление
- стратегический менеджмент

587 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 ?

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

588 Стратегия организации это:

- реализация программы деятельности организации в рыночных условиях.
- 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;
- обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов;

589 Стратегия организации – это:

- определение видов бизнеса
- генеральная программа организации на перспективу с учетом приоритетов задач, ресурсов и действий

- то же, что и цели организации
- основное направление развития и деятельности организации
- долгосрочное планирование

590 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.

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

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

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

592 Что не входит в составные элементы процесса стратегического 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.

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

593 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

- межотраслевой.
- методология, методика и технология стратегического управления
- конкретная методология наук
- общепрофессиональный
- общенаучный

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

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

595 Какова последовательность действий в рамках стратегического управления

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

- определение миссии – определение целей – выбор стратегии

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

- генерическая стратегия
 бизнес-стратегия
 функциональная стратегия
 стратегия
 корпоративная стратегия

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

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

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

- инновации
 финансы
 маркетинг
 производство
 менеджмент

599 Чем отличается тактический план от операционного:

- тактический план реализуется всегда, а операционный нет
 операционные и тактические планы – это одно и то же
 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
 операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические – достигать отдельные тактических целей

600 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
 максимальную реализацию товара
 единственно возможный путь достижения наибольших коммерческих выгод

601 Маркетинговая стратегия представляет собой

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

602 Маркетинговый подход в стратегическом управлении предполагает:

- ориентация на потребителя
- 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
- осуществление маркетинга как интегрирующей функции управления, реализующей рыночную ориентацию для всех видов деятельности организации, участвующих в цепочке создания ценностей
- концентрацию исключительно на конкретном потребителе как центре приложения всех усилий

603 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.

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

604 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?

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

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

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

606 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;
- долгосрочное планирование;
- управление на основе гибких экстренных решений;
- управление на основе предвидения изменений
- тактическое планирование

607 Что понимается под целями организации:

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

608 Что понимается под парадигмой управления:

- система организационных отношений
- система взглядов на управление, сформированная на базе оснополагающих научных идей и результатов и воспринятая практикой управления;

- совокупность научных школ и подходов к управлению
- практика управления
- позиция организации

609 . Три основные элемента, составляющие процесс стратегического менеджмента

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

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

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

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

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

612 Какой процесс является исходным в стратегическом управлении организацией

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

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

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

614 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)

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

615 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

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

616 Что представляет собой уровень управления ?

- вид деятельности.
- вид руководства
- вид ответственности
- ступень подчиненности и ответственности
- вид подчиненности;

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

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

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

- динамический.
- общепсихологический;
- конкретная методология наук;
- методология, методика и технология стратегического управления;
- общенаучный

619 Что является характерным для менеджеров при стратегическом управлении: 1) ориентация внутрь 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.

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

620 При стратегическом управлении планы организации:

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

621 Если важное место отводится анализу перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций,

которые способы изменить сложившиеся тенденции, то это:

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

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

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

623 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.
- финансы;
- маркетинг
- научно-исследовательские разработки (инновации);.
- менеджмент

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

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

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

- тактические
- общие;
- стратегические
- специфические;
- перспективные;

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

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

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

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

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

- корпоративная стратегия
- стратегия
- бизнес-стратегия
- функциональная стратегия
- наступательная стратегия:

629 Целеполагание организации включает:

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

630 Миссия организации – это:

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

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

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

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

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

633 По очередности достижения цели делятся на...

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

634 Цели организации должны:

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

635 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

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

636 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
- период установления
- все вместе
- среда;
- структурные;

637 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
- структурные;
- все вместе
- содержание
- период установления

638 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
- все вместе.
- среда
- содержание ;
- период установления ;

639 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
- среда
- все вместе.
- структурные
- период установления

640 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

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

641 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

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

642 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:

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

643 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.

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

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

- сцена
- целевые установки
- миссия
- потенциал

645 Главная цель управления знаниями в организации – это

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

646 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:

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

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

- проектам
- результатам
- целям
- ориентирам
- программам

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

- план
- видение
- политика;
- тактика;
- миссия

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

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

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

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

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

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

652 Организация – это:

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

- субъект управления.

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

- стратегические
 общие;
 тактические.
 перспективные;
 специфические;

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

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

655 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

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

656 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.

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

657 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

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

658 Организационная культура- это

- 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
 совокупность людей, организаций, предприятий, с которыми фирма вступает во взаимоотношения
 стратегия, базирующаяся на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новой продукции

659 Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

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

660 Совокупность основных руководящих ориентиров, которым необходимо следовать в управленческой деятельности – это

- методы
- законы
- функции
- школы управления
- принципы

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

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

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

- соответствие
- самостоятельность
- инициативность
- способности
- совместимость

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

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

664 Ключевым фактором в любой модели управления являются:

- Люди.
- Идеи
- Структура управления.
- Финансы.
- Средства производства.

665 Любое предприятие независимо от его правовой формы обязано иметь

- информационные технологии
- штатных сотрудников.
- средства, оборудование.

- помещение, офис.
- руководство

666 Какая последовательность приоритетов позволит фирме добиться успеха:

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

667 Экономические методы воздействуют на личные интересы работников через:

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

668 Предприятие имеет

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

669 Предприятие выступает в хозяйственной практике

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

670 Предприятие утверждается согласно

- решению суда
- закону
- договоренности
- постановлению суда
- сговору

671 Предприятие – это

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

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

- финансовые ресурсы
- маркетинг
- НИОКР
- трудовые ресурсы
- производство

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

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

674 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 ?

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

675 Для школы человеческих отношений характерны:

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

676 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

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

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

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

678 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

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

679 Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегиями в других сферах деятельности это

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

680 Каковы основные составляющие организационной культуры

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

681 Что такое коммуникационные сети

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

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

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

683 Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегиями в других сферах деятельности это

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

684 Организационная культура – это:

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

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

- приоритетность
- содержание
- период установления
- измеримость
- структурные

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

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

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

- тактические
- специфические;
- стратегические;
- общие
- перспективные;

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

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

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

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

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

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

691 Философия организации – это

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

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

- видение.
- сцена;

- потенциал
- целевые установки;
- миссия;

693 По очередности достижения цели делятся на:

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

694 Какое из нижеприведенных определений характеризует цели организации:

- разработка оперативных планов.
- реализация планов организации;
- философия и предназначение, смысл существования организации;
- 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;

695 Исходный этап процесса стратегического управления:

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

696 Цель организации- это:

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

697 По очередности достижения цели делятся на

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

698 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

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