

2526_Ru_Əyanii_Yekun imtahan testinin sualları**Fənn : 2526 Firmanın inkişaf strategiyası**

1 40. Какую ответственность несет акционер акционерного общества закрытого типа?

- коллективную ответственность
- дополнительную ответственность
- полную ответственность
- ограниченную ответственность
- индивидуальную ответственность

2 39. Какую ответственность несет акционер акционерного общества открытого типа?

- дополнительную ответственность
- ограниченную ответственность
- коллективную ответственность
- индивидуальную ответственность
- полную ответственность

3 38. Между кем распределяется прибыль коммерческих юридических лиц?

- между учредителями, работниками и государством
- между работниками
- между государством и фирмой
- между учредителями
- между учредителями и банками

4 37. К формам хозяйствующих товариществ относятся:

- индивидуальное предприятие, государственное предприятие, семейное товарищество
- полное товарищество, коммандитное товарищество и государственно-частное товарищество
- полное товарищество, коммандитное товарищество и товарищество с дополнительной ответственностью
- полное товарищество и коммандитное товарищество
- полное товарищество, хозяйственное товарищество и коммандитное товарищество

5 36. В какой форме могут создаваться коммерческие юридические лица?

- партнерства, паевые и партнерско-паевые предприятия
- коммерческие предприятия и некоммерческие предприятия
- хозяйствующие товарищества и коммерческие общества
- хозяйствующие товарищества и хозяйствующие общества
- индивидуальные общества и товарищества

6 35. Что не относится к форме хозяйствующих обществ?

- акционерное общество закрытого типа
- предприятие с дополнительной ответственностью
- предприятие с ограниченной ответственностью
- коммандитное товарищество
- акционерное общество открытого типа

7 34. Что является основной характеристикой коммерческих юридических лиц?

- структура, созданная физическим и (или) юридическим лицом
- полученная прибыль не распределяется среди ее участников
- основная цель их деятельности не состоит в получении прибыли
- основная цель их деятельности состоит в получении прибыли

- структура, имеющая независимый баланс

8 33. Что из перечисленного неверно дополняет следующую мысль: «Юридическое лицо – это такая специально созданная структура,»

- имеющая право быть истцом и ответчиком в суде
 отвечающая по обязательствам своим имуществом
 имеющая обособленное имущество
 для которой не важно прохождение государственной регистрации в порядке, определяемом законом
 осуществляющая от своего имени имущественные и личные неимущественные права

9 32. Что из перечисленного является формой имущественной ответственности или уставной формой?

- ни одна из перечисленных
 полная ответственность
 ограниченная ответственность
 все перечисленные
 дополнительная ответственность (субсидиарный принцип)

10 31. Что из перечисленного неверно?

- юридические лица могут быть созданы физическим и (или) юридическим лицом, или объединением физических и юридических лиц
 предпринимательская деятельность – деятельность, осуществляемая лицом независимо и добровольно
 предприятие, получающее (в ходе деятельности) прибыль, считается предприятием, занимающимся предпринимательской деятельностью
 предпринимательская деятельность – деятельность, осуществляемая только при создании юридического лица, целью которого является получение прибыли
 предпринимательская деятельность – деятельность, связанная с получением лицом прибыли от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг

11 30. Что из перечисленного не относится к изучению курса «Стратегия развития фирмы»?

- способы разработки стратегии развития фирмы
 виды и типы стратегии развития фирм
 содержание и методологические особенности стратегии управления
 способы разработки прогнозов развития экономики
 подходы к разработке миссии и целей фирмы

12 29. Что не относится к задачам изучения курса «Стратегия развития фирмы»?

- разработка стратегии развития фирмы, а также представление методов исследования стратегического управления
 описание методики анализа и оценки среды деятельности фирмы
 представление имеющихся методических подходов в области разработки стратегии развития фирмы
 изучение создания фирмы и способов эффективной организации деятельности
 объяснение студентам видов и типов конкурентной стратегии фирмы

13 28. Курс «Стратегия развития фирмы» не имеет непосредственной связи со следующей дисциплиной:

- менеджмент
 экономика фирмы
 экономическая теория
 физиология
 отраслевая экономика

14 27. Что не относится к важному фактору при разработке стратегии фирмы?

- изменений технологических методов производства
- уровень обострения конкуренции в отрасли
- учет происходящих изменений во внешней среде
- увеличение безработицы в экономике страны
- постоянные изменения во вкусах потребителей

15 26. Что из перечисленного не особенно важно для фирмы?

- прибыльность
- конкурентоспособность
- производительность
- эффективность
- непрерывность

16 25. Сколько в общем форм создания предприятия или фирмы?

- 5.0
- 2.0
- 1.0
- 3.0
- 4.0

17 24. Что означает для фирмы «получение прибыли»?

- полномочия
- обязанности
- задача
- цель
- функция

18 23. Что не участвует в «модели рыночного оборота экономических ресурсов»?

- рынок потребительской продукции (услуг)
- рынок факторов производства
- домашние хозяйства
- внутренняя и внешняя среда
- фирмы

19 22. Что является основной целью создания коммерческих фирм в условиях рыночной экономики?

- применение новшеств
- полное удовлетворения меняющихся предпочтений потребителей
- производство продукции, удовлетворяющей общественным потребностям
- получение прибыли (доход)
- выпуск на рынок качественной продукции

20 21. Что не относится к экономическим ресурсам, относящимся к факторам производства?

- предпринимательские способности
- капитал
- рабочая сила
- время
- земля

21 20. На какой срок разрабатывается стратегия развития фирмы?

- на 5-10 лет
- до 3 лет
- до 1 года

- на период реализации поставленной цели
- до 5 лет

22 19. Стратегия развития предприятия:

- инструмент управления, обеспечивающий равномерную и ритмичную работу предприятия
- инструмент управления для достижения поставленной стратегической цели
- долгосрочный и перспективный план развития
- инструмент управления текущей и перспективной деятельностью предприятия
- бизнес-план, разработанный на среднесрочный период

23 18. Что из перечисленного не входит в цели стратегического развития предприятия?

- усиление рыночных позиций
- усиление конкуренции в отрасли
- минимизация затрат
- выход на новые рынки продукции
- технологическое лидерство

24 17. В чем заключается значение стратегического управления для фирмы?

- для достижения конкурентных преимуществ;
- для усиления финансовой стабильности фирмы.
- для снижения издержек производства;
- для получения максимальной прибыли;
- для повышения цены продукции;

25 16. Что является основой стратегического управления?

- текущие решения;
- методы стратегического управления.
- миссия фирмы;
- долгосрочные решения;
- стратегические решения;

26 15. Что из перечисленного не может быть основой для стратегических изменений в бизнесе?

- усиление глобализации и международной интеграции
- изменение структуры управления предприятия
- усиление конкуренции в отрасли
- изменение рыночного спроса
- технологические новшества (изменения)

27 14. В чем заключается необходимость стратегического управления развитием предприятия (фирмы)?

- в стремлении повысить свою конкурентоспособность для соответствия происходящим продолжительным изменениям во внешней среде деятельности фирмы
- в необходимости более полном и правильном следовании требованиям законодательства, регулирующего деятельность предприятий
- в стремлении более полного удовлетворения спроса потребителей
- в стремлении максимизировать прибыль
- в стремлении получить еще больше прибыли путем расширения производства и реализации продукции

28 13. Среда деятельности фирмы:

- непрерывна;
- стабильна;
- неопределенна.
- изменчива;

- статична;

29 12. Что обуславливает стратегические изменения в бизнесе?

- смена собственника фирмы;
 происходящие длительные изменения в среде деятельности фирмы;
 слабый трудовой распорядок на предприятии;
 стремление к росту эффективности использования ресурсов;
 стремление к повышению уровня жизни работников.

30 11. В каком случае проявляется «проблема принятия решения»?

- при появлении необходимости выбора наиболее эффективного из нескольких возможных альтернатив достижения поставленных целей в определенных условиях внешней среды ;
 при невозможности решения проблем, стоящих перед фирмой
 при максимизации прибыли и минимизации затрат предприятия.
 при ослаблении рыночных позиций фирмы;
 при очевидном точном направлении деятельности по достижению поставленной цели ;

31 10. Виды решений по охватываемому периоду:

- стратегическое, текущее, оперативное;
 краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное;
 уставное, управленческое, регулирующее, контролирующее.
 инвестиционное, по использованию прибыли, по распределению прибыли и выплате дивидендов;
 по купле-продаже, по производству, по реализации и финансированию;

32 9. Виды решений по иерархии планирования:

- по купле-продаже, по производству, по реализации и финансированию;
 стратегическое, текущее и оперативное;
 уставное, управленческое, регулирующее, контролирующее.
 инвестиционное, по использованию прибыли, по распределению прибыли и выплате дивидендов;
 краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное;

33 8. Что означает «принятие решения»?

- определение руководством цели деятельности фирмы на предстоящий период;
 издание приказа об исполнении конкретного плана деятельности для достижения поставленной цели
 определение всех возможных вариантов решения проблемы (достижения поставленной цели);
 выявление проблем на основе анализа среды деятельности фирмы;
 выбор наиболее эффективного варианта решения проблемы (достижения поставленной цели);

34 7. Что из перечисленного можно отнести к объекту управления фирмы?

- внедрение новшеств;
 все перечисленное.
 материальные и финансовые ресурсы фирмы;
 рыночные позиции фирмы
 производительность труда;

35 6. Что такое управление фирмой?

- Взаимосвязь деятельности работников
 Формирование целенаправленной деятельности фирмы для достижения поставленной цели;
 Обеспечение системного контроля над текущей и перспективной деятельностью фирмы.
 Влияние организационных факторов производства на деятельность в соответствии с технологическими требованиями
 Планирование текущей и перспективной деятельности фирмы

36 5. Что из перечисленного относится к формам предпринимательской деятельности?

- индивидуальные (семейные) предприятия, предприятия с ограниченной ответственностью, полные товарищества, коммандитные товарищества, акционерные общества открытого и закрытого типа
- фирма, компания, акционерное общество, консорциум, ассоциация, трест, управление;
- физическое лицо – предприниматель, юридическое лицо;
- хозяйствующие товарищества, хозяйствующие общества, общества с ограниченной ответственностью, кооперативы
- индивидуальные (единоличные) предприятия, товарищества, общества

37 4. Какой из ресурсов производства (экономических ресурсов) осуществляет организационную (объединяющую) функцию?

- капитал;
- предпринимательская способность;
- информация.
- земля;
- рабочая сила (труд);

38 3. Какое из определений наиболее полно отражает экономическую сущность предприятия (фирмы)?

- Предприятие (фирма) – хозяйствующий субъект, осуществляющий производственные и обслуживающие процессы, получающий доход путем реализации товаров и услуг
- Предприятие (фирма) – целенаправленная и продолжительная комбинация факторов организации производства, сформированная для производства и реализации продукции и услуг в соответствии с общественным спросом с целью получения прибыли
- Предприятие (фирма) – независимо от формы собственности независимый хозяйствующий субъект, функционирующий как юридическое лицо, производящий и реализующий продукцию, оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения дохода
- Предприятие (фирма) – независимое юридическое лицо, осуществляющее не запрещенную законодательством производственно-хозяйственную деятельность, зарегистрированное в соответствии с законом и получающее доход путем реализации производимой продукции и услуг
- Предприятие (фирма) – организационно-хозяйственная единица, имеющая в распоряжении определенную собственность и статус юридического лица, производящая и реализующая продукцию в целях получения прибыли

39 2. Что относится к организационным формам предприятий?

- предприниматель - физическое лицо, юридическое лицо, государственные предприятия
- индивидуальные (единоличные) предприятия, товарищества, общества
- фирма, компания, акционерное общество, консорциум, ассоциация, трест, управление
- индивидуальные (семейные) предприятия, предприятия с ограниченной ответственностью, полные товарищества, коммандитные товарищества, акционерные общества открытого и закрытого типа
- хозяйствующие товарищества, хозяйствующие общества, общества с ограниченной ответственностью, кооперативы

40 1. Какова основная функция предприятия (фирмы) в рыночной экономической системе?

- функция реализации
- производственная функция
- распределительная функция
- все перечисленные
- потребительская функция

41 141. Выберите правильное продолжение цитаты Ансоффа: «Стратегическое планирование – это управление по планам, а стратегический менеджмент – это управление по»

- проектам
- целям
- ориентирам

- результатам
- программам

42 140. Стратегический менеджмент – это:

- управление по ресурсам
- управление по качеству
- управление по планам
- управление по результатам
- управление по прогнозам

43 139. Стратегическое планирование – это:

- управление по ресурсам
- управление по качеству
- управление по результатам
- управление по планам
- управление по прогнозам

44 138. Ответы на какие вопросы определяют сущность стратегического менеджмента?

- кто самый крупный покупатель?
- каковы сезонные колебания в отрасли?
- каковы долгосрочные колебания спроса?
- каким способом достигнуть желаемого положения?
- каковы экономические изменения в обществе?

45 137. Ответы на какие вопросы определяют сущность стратегического менеджмента?

- как изменилась доля фирмы на рынке?
- сколько конкурентов у фирмы?
- в каком положении фирма находилась в прошлом?
- в каком положении фирма хотела бы находиться через 3, 5, 10 лет?
- каковы перспективы развития отрасли?

46 136. Ответы на какие вопросы определяют сущность стратегического менеджмента?

- кто покупает товар?
- кто является потребителем?
- в каком положении предприятие находилось в прошлом?
- в каком положении предприятие находится в настоящее время?
- почему покупают товар данной фирмы?

47 135. К числу стратегических решений не относятся:

- приобретение, слияние компаний
- внутренние новые технологии
- реконструкция предприятия
- пересмотр условий поставок
- выход на новые рынки сбыта

48 134. К особенностям стратегических решений относятся:

- объективны по своей природе
- направлены на краткосрочные и долгосрочные цели предприятия
- по своей природе они консервативны
- направлены в будущее и являются неопределенными по своей природе
- их результат зависит от быстроты его принятия

49 133. Когда возник стратегический менеджмент?

- 70-е годы 20 века
- 40-е годы 20 века
- 1900-е годы
- 90-е годы 20 века
- 50-е годы 20 века

50 132 Когда возникло стратегическое планирование?

- 90-е годы 20 века
- 40-е годы 20 века
- 1900-е годы
- 70-е годы 20 века
- 50-е годы 20 века

51 131. Отметьте верную последовательность этапов развития систем управления:

- краткосрочное планирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент
- стратегическое планирование, стратегический менеджмент, долгосрочное планирование, бюджетирование
- стратегический менеджмент, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, бюджетирование
- бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент
- бюджетирование, краткосрочное планирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование

52 130. Что не относится к этапам развития систем управления?

- стратегический менеджмент
- бюджетирование
- стратегическое планирование
- оперативное планирование
- долгосрочное планирование

53 129. Какое из понятий шире?

- долгосрочное планирование
- производственный менеджмент
- стратегический менеджмент
- стратегическое управление
- стратегическое планирование

54 128. Что из перечисленного относится к одному из основных элементов, составляющих процесс стратегического менеджмента?

- составление стратегического плана
- анализ и оценка внешней и внутренней среды
- формирование целей и задач предприятия
- стратегическое планирование
- анализ видов стратегии

55 127. Что из перечисленного относится к одному из основных элементов, составляющих процесс стратегического менеджмента?

- составление стратегического плана
- формирование целей и задач предприятия
- определение миссии предприятия
- реализация стратегии
- анализ видов стратегии

56 126. Что из перечисленного относится к одному из основных элементов, составляющих процесс стратегического менеджмента?

- анализ видов стратегии
- формирование целей и задач предприятия
- определение миссии предприятия
- стратегический контроль и регулирование
- анализ и оценка внешней и внутренней среды

57 125. Три основные элемента, составляющие процесс стратегического менеджмента:

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

58 124. Факторы, не формирующие стратегию:

- ориентация коллектива предприятия на стратегию
- социальные, политические, гражданские регулирующие нормы
- привлекательность продукции, отрасли
- конкурентоспособность фирмы
- корпоративная культура

59 123. Выделите наиболее значимые факторы, влияющие на стратегию компании:

- правильных ответов нет
- личные амбиции, этические принципы высшего руководства компании
- возможности и угрозы
- экономические, социальные, политические, юридические, экологические
- сильные и слабые стороны компании, компетенции и конкурентные возможности

60 122. Выделите наиболее значимые факторы, влияющие на стратегию компании:

- все перечисленные
- личные амбиции, этические принципы высшего руководства компании
- возможности и угрозы
- экономические, социальные, политические, юридические, экологические
- общие ценности и корпоративная культура

61 121. Выделите наиболее значимые факторы, влияющие на стратегию компании:

- экономические, социальные, политические, юридические, экологические
- условия конкуренции, общая привлекательность отрасли
- возможности и угрозы
- все перечисленные
- личные амбиции, этические принципы высшего руководства компании

62 120. Исходный этап процесса стратегического управления:

- анализ среды
- выработка стратегий поведения фирмы на рынке
- определение миссии фирмы
- реализация стратегии фирмы
- определение целей фирмы

63 119. Кто автор следующего определения: «... стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организации руководствуются в своей деятельности»?

- А.Томпсон и А.Дж.Стрикленд
- И.Ансофф
- П.Друкер
- Б.Карлофф
- Э.Уткин

64 118. Кто считается предшественником стратегического управления и первым стратегом?

- китайские философы
- немецкие военные стратеги
- философы древности и военные стратеги
- военные стратеги и мыслители
- греческие философы

65 117. Высший уровень стратегического менеджмента – ... уровень.

- операционный
- деловой
- функциональный
- корпоративный
- кооперативный

66 116. К числу стратегических решений можно отнести:

- пересмотр условий поставки
- приобретение, слияние предприятий
- пересмотр критериев итогового контроля качества продукции
- внедрение новой системы мотивации персонала
- перепрофилирование рабочих

67 115. К числу стратегических решений можно отнести:

- повышение квалификации работников
- выход на новые рынки сбыта
- пересмотр условий поставки
- внедрение новой системы мотивации персонала
- пересмотр критериев итогового контроля качества продукции

68 114. К числу стратегических решений можно отнести:

- пересмотр критериев итогового контроля качества продукции
- внедрение новой технологии
- установление скидок на товар
- пересмотр условий поставки
- внедрение новой системы мотивации персонала

69 113. К числу стратегических решений можно отнести:

- пересмотр условий поставки
- реконструкцию предприятия
- проведение рекламной кампании
- пересмотр критериев итогового контроля качества продукции
- внедрение новой системы мотивации персонала

70 112. Функциональный анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

- бухгалтерией
- планово-экономической службой
- собранием акционеров

- службой маркетинга
- генеральным директором

71 111. Основные различия между стратегическим управлением на коммерческом предприятии и в государственном учреждении:

- в государственном учреждении стратегическое управление строится на планах, а на коммерческом предприятии – на прогнозах
- на коммерческом предприятии есть миссия, а в государственном учреждении ее нет
- на коммерческом предприятии можно организовать стратегическое управление, а в государственном учреждении – нельзя
- имеются различия в способах формирования миссии и целей, в способах мониторинга и контроля, в характере ответственности, в способах оценки деятельности
- различий нет

72 110. Определите последовательность этапов в развитии корпоративного управления:

- бюджетирование, стратегический менеджмент, долгосрочное планирование, стратегическое планирование
- стратегическое планирование, бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование
- долгосрочное планирование, бюджетирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент
- бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент
- стратегический менеджмент, бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегический менеджмент, стратегическое планирование

73 109. Перефразируя П. Друкера, И. Ансофф пишет: «Стратегическое планирование – это управление по планам, а стратегический менеджмент – это управление по...»

- пунктам
- целям
- ориентирам
- результатам
- прогнозам

74 108. Важнейший из вопросов, в ответе на который заключается сущность стратегического менеджмента:

- Кто является потенциальным потребителем?
- Какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию?
- В каком положении предприятие находилось в прошлом?
- Каким способом достигнуть желаемого?
- Реальны ли установленные цели?

75 107. Важнейший из вопросов, в ответе на который заключается сущность стратегического менеджмента:

- Кто является потенциальным потребителем?
- Реальны ли установленные цели?
- Какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию?
- В каком положении предприятие хотело бы находиться через три, пять, десять лет?
- Кто мы? Для чего существуем?

76 106. Важнейший из вопросов, в ответе на который заключается сущность стратегического менеджмента:

- Кто мы? Для чего существуем?
- Реальны ли установленные цели?
- Какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию?
- В каком положении предприятие находится в настоящее время?
- В каком положении предприятие находилось три, пять, десять лет назад?

77 105. В какой последовательности стратегический менеджмент включает элементы предшествующих систем управления?

- бюджетирование, стратегическое планирование, перспективное планирование
- краткосрочное планирование, среднесрочное планирование, перспективное планирование
- стратегическое планирование, бюджетирование, перспективное планирование
- бюджетирование, перспективное планирование, стратегическое планирование
- бюджетирование, стратегическое планирование, краткосрочное планирование

78 104. Факторы, которые включает в себя понятие стратегического менеджмента:

- исследования ситуации и развития компании
- технические, экономические
- организационные, экономические
- правовые, политические
- социальные, экологические

79 103. Факторы, которые включает в себя понятие стратегического менеджмента:

- исследования ситуации и развития компании
- правовые, институциональные
- организационные, технологические
- социальные, экономические
- политические, международные

80 102. Наиболее часто повторяющаяся ошибка при реализации новой стратегии:

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

81 101. Характерные особенности стратегических решений:

- множество альтернатив вполне определено
- их результат больше зависит от скорости и своевременности принятия, чем от качества решения
- направлены на решение конкретных задач
- субъективны по своей природе
- объективны по своей природе

82 100. Характерные особенности стратегических решений:

- не имеют долгосрочных последствий
- объективны по своей природе
- направлены на решение конкретных задач
- неопределенны по своей природе
- множество альтернатив вполне определено

83 99. Характерные особенности стратегических решений:

- определены по своей природе
- объективны по своей природе
- направлены на решение конкретных задач
- инновационны по своей природе
- множество альтернатив вполне определено

84 98. Что понимается под функцией управления?

- совокупность целей и методов управления
- совокупность задач и методов управления
- совокупность целей управления и принципов организации производства
- совокупность методов и средств для выполнения задач управления
- совокупность целей и задач управления

85 97. Что не относится к средствам воздействия социально-психологического метода управления?

- нормы поведения и воспитания
- повышение производственной культуры на предприятии
- повышение мотивации и интересов работников к труду
- нормирование труда
- влияние работников на хозяйственную деятельность и ее организацию

86 96. Что такое менеджмент?

- отражает процесс управления техникой
- отражает процессы и явления в масштабах предприятия, являющегося частью управления экономикой
- отражает процесс управления экономикой страны
- отражает процесс управления экономики комплексов
- отражает процесс управления национальной экономикой и используется более в широком смысле, чем управление

87 95. При какой организационной структуре механизма управления вся работа по управлению коллективом распределяется между функциональными отделами, и каждый из этих отделов выполняет определенную работу?

- штабная структура
- функциональная структура
- штабная структура
- программно-целевая и гибкая структура
- матричная структура

88 94. При какой организационной структуре механизма управления руководитель подготавливает и принимает решения, связанные с управлением объекта?

- матричная структура
- линейная структура
- штабная структура
- функциональная структура
- программно-целевая и гибкая структура

89 93. При какой организационной структуре механизма управления управление коллективом на предприятии осуществляют линейные руководители, а для подготовки отдельных решений требуется помощь специализированного функционального аппарата?

- штабная структура
- программно-целевая и гибкая структура
- линейная структура
- функциональная структура
- матричная структура

90 92. Что такое система управления?

- совокупность целей управления, процесс инвестиционных вложений
- совокупность работников, занятых в аппарате управления
- характеризует организационную структуру управления на предприятии, показывает состав кадров
- совокупность методов и функций управления, принципы организации производства
- совокупность целей управления, структуры управления, форм и методов управления

91 91. Что не относится к средствам воздействия административного метода управления?

- указания
- нормативы
- решения
- правила
- нормы поведения

92 90. Что не относится к механизму управления предприятия?

- лицензирование производственной деятельности;
- сведения и методы их обработки.
- функциональная структура управления;
- экономические и юридические законы и ограничения;
- принципы и функции управления;

93 89. Каким требованиям могут не отвечать цели, стоящие перед управлением?

- реальность цели (возможность исполнения)
- гибкость цели
- ясность целей для исполнителей
- согласование, единство целей и не противоречие друг другу
- подчинение интересам поставщиков

94 88. Система управления:

- совокупность структуры управления, управленческих решений и кадров управления
- совокупность целей управления, технических основ управления, управленческих решений
- совокупность целей управления, структуры управления, форм и методов управления
- совокупность субъекта и объекта управления
- совокупность управленческих решений и кадров управления

95 87. Что из перечисленного относится к этапу планирования?

- предприимчивость;
- лицензирование.
- определение целей;
- матричная схема;
- координирование;

96 86. Что не относится к организационной структуре управления фирмы?

- линейно-стоимостная
- программно-целевая
- линейно-функциональная
- функциональная
- линейная

97 85. Что относится к организационной структуре управления фирмы?

- централизованная
- иерархическая
- специализированная
- дивизиональная
- диверсифицированная

98 84. Наиболее распространенная организационная структура фирмы:

- программно-целевая

- линейно-функциональная
- линейная
- функциональная
- матричная

99 83. Что относится к методам управления?

- экономические, перспективные, оперативные
- экономические, организационные, социально-психологические
- административные, психологические, организационные
- административные, экономические, социально-психологические;
- материально-технические, организационные, экономические

100 82. Что относится к функциям управления в фирме?

- разделение труда, планирование, прогнозирование, учет и контроль
- планирование, организация, координация, контроль, мотивация
- линейная, линейно-функциональная, дивизиональная
- административные, экономические, социально-психологические
- производственная, обменная, потребительская

101 81. Что не относится к механизму экономических методов управления?

- оплата труда.
- налог;
- доходы и прибыль;
- инструкция;
- цена;

102 80. Что не относится к принципам управления?

- принцип предприимчивости;
- демократичность;
- разделение труда в управлении;
- диверсификация
- принцип справедливости;

103 79. Что относится к принципам управления?

- принцип параллельности.
- принцип прямоотчности;
- принцип автоматизации и механизации;
- принцип власти и ответственности;
- принцип ритмичности;

104 78. Что не относится к принципу управления?

- принцип единства направлений.
- принцип порядка;
- дисциплинарный принцип;
- принцип ритмичности;
- принцип справедливости;

105 77. Что относится к функции управления?

- специализация
- менеджмент
- распоряжения
- мотивация

- материально-техническое обеспечение

106 76. Что относится к функции управления?

- кредитование
 рыночная конкуренция.
 факторы конкуренции в отрасли;
 факторы внутренней среды;
 60. Что из перечисленного относится к предмету стратегии развития фирмы?

107 75. Что относится к методам управления?

- ни один из перечисленных
 экономические факторы, политические факторы, правовые факторы, технологические факторы, социально-культурные факторы, географические факторы и международные факторы
 административные методы
 все перечисленные
 58. Что из перечисленного не относится к фактору, определяющему стратегию развития фирмы?

108 74. Что не относится к функции управления?

- мотивация
 организация
 планирование
 централизация
 координирование

109 73. Выберите правильное продолжение цитаты Ансоффа: «Стратегическое планирование – это управление по планам, а стратегический менеджмент – это управление по»

- проектам
 целям
 ориентирам
 результатам
 программам

110 72. Стратегический менеджмент – это:

- управление по ресурсам
 управление по качеству
 управление по планам
 управление по результатам
 управление по прогнозам

111 71. Стратегическое планирование – это:

- управление по ресурсам
 управление по качеству
 управление по результатам
 управление по планам
 управление по прогнозам

112 70. Ответы на какие вопросы определяют сущность стратегического менеджмента?

- кто самый крупный покупатель?
 каковы сезонные колебания в отрасли?
 каковы долгосрочные колебания спроса?
 каким способом достигнуть желаемого положения?
 каковы экономические изменения в обществе?

113 69. Ответы на какие вопросы определяют сущность стратегического менеджмента?

- в каком положении фирма находилась в прошлом?
- как изменилась доля фирмы на рынке?
- каковы перспективы развития отрасли?
- сколько конкурентов у фирмы?
- в каком положении фирма хотела бы находиться через 3, 5, 10 лет?

114 68. Ответы на какие вопросы определяют сущность стратегического менеджмента?

- кто покупает товар?
- кто является потребителем?
- в каком положении предприятие находилось в прошлом?
- в каком положении предприятие находится в настоящее время?
- почему покупают товар данной фирмы?

115 67. К числу стратегических решений не относятся:

- приобретение, слияние компаний
- внутренние новые технологии
- реконструкция предприятия
- пересмотр условий поставок
- выход на новые рынки сбыта

116 66. К особенностям стратегических решений относятся:

- объективны по своей природе
- направлены на краткосрочные и долгосрочные цели предприятия
- по своей природе они консервативны
- направлены в будущее и являются неопределенными по своей природе
- их результат зависит от быстроты его принятия

117 65. Когда возник стратегический менеджмент?

- 70-е годы 20 века
- 40-е годы 20 века
- 1900-е годы
- 90-е годы 20 века
- 50-е годы 20 века

118 64. Когда возникло стратегическое планирование?

- 90-е годы 20 века
- 40-е годы 20 века
- 1900-е годы
- 70-е годы 20 века
- 50-е годы 20 века

119 63. Отметьте верную последовательность этапов развития систем управления:

- краткосрочное планирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент
- стратегическое планирование, стратегический менеджмент, долгосрочное планирование, бюджетирование
- стратегический менеджмент, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, бюджетирование
- бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент
- бюджетирование, краткосрочное планирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование

120 62. Что не относится к этапам развития систем управления?

- стратегический менеджмент

- бюджетирование
- стратегическое планирование
- оперативное планирование
- долгосрочное планирование

121 61. Какое из понятий шире?

- долгосрочное планирование
- производственный менеджмент
- стратегический менеджмент
- стратегическое управление
- стратегическое планирование

122 60. Что из перечисленного относится к предмету стратегии развития фирмы?

- ни один из перечисленных
- организационные проблемы – организационные элементы, необходимые для достижения поставленной цели, не имеющиеся в настоящий момент в компании или имеющиеся, но в недостаточном количестве
- проблемы, связанные с целью фирмы – проблемы, создающие препятствия повышению эффективности деятельности и целям фирмы путем обеспечения взаимосвязи целей, ресурсов и результатов
- все вышеперечисленные
- проблемы, связанные с внешними факторами

123 58. Что из перечисленного не относится к фактору, определяющему стратегию развития фирмы?

- рыночная конкуренция.
- факторы внутренней среды;
- факторы внешней среды;
- динамика конкуренции в других отраслях;
- факторы конкуренции в отрасли;

124 57. Как группируются факторы, влияющие на формирование стратегии развития фирмы?

- экономические факторы, политические факторы, правовые факторы, технологические факторы, социально-культурные факторы, географические факторы и международные факторы
- продукция, технология, отрасль, позиции фирмы в отрасли, рынок
- рыночные факторы, управленческие факторы, политические факторы
- факторы внешней и факторы внутренней среды
- сокращающийся бизнес, продолжающийся бизнес и вновь начинающийся бизнес

125 55. Стратегическое планирование – это:

- производственная функция.
- функция пространства;
- функция времени;
- функция направления (цели);
- функция времени и пространства;

126 54. Стратегическое планирование – это процесс:

- выбора решений;
- выбора структуры;
- выбора задач;
- выбора целей;
- выбора рынка.

127 53. Стратегическое планирование:

- бессрочное планирование, отражающее способы и средства достижения поставленной стратегической цели.
- среднесрочное планирование;

- долгосрочное планирование;
- планирование на определенный срок, отражающее способы и средства достижения поставленной стратегической цели;
- краткосрочное планирование;

128 52. Что из перечисленного не относится к характерным особенностям стратегического планирования?

- обуславливает изучение внешней и внутренней среды деятельности фирмы;
- выступает в базовой роли среди остальных видов планирования фирмы;
- базируется на поиске глобальных идей, связанных с развитием фирмы;
- обеспечивает распределение долгосрочной производственной программы по годам, кварталам и разделам.
- предусматривает альтернативные варианты достижения поставленной цели (результат) ;

129 51. Какое из утверждений верно?

- Стратегический менеджмент – система управления стратегической деятельностью фирмы.
- Стратегическое планирование – это организационно-управленческий инструмент, а стратегический менеджмент – аналитический процесс;
- Стратегическое планирование – комплекс решений и деятельности по разработке стратегий, необходимых для достижения целей фирмы;
- Стратегическое планирование более узкое понятие, чем стратегический менеджмент;
- Стратегическое планирование – система управления стратегической деятельностью фирмы;

130 50. Что из перечисленного соответствует понятию «стратегическое планирование»?

- это процесс планирования деятельности фирмы на долгосрочный период.
- это комплекс решений и деятельности по разработке стратегий, необходимых для достижения целей фирмы
- это стратегия, обеспечивающая долгосрочные конкурентные преимущества хозяйственных подразделений;
- это процесс разработки стратегий фирмы, конкретизированный в форме стратегического плана на определенный период времени;
- это совокупность деятельности, систематизирующей производство и сбыт во времени и пространстве в соответствии с портфелем заказов фирмы на предстоящий период;

131 49. Закончите мысль: “Стратегический менеджмент – это управление”.

- по задачам;
- по программам;
- по направлениям;
- по результатам .
- по проектам;

132 47. Какой основной фактор обуславливает необходимость разработки стратегии развития фирмы?

- изменение рентабельности.
- изменение доходов фирмы;
- качество продукции;
- динамичные рыночные изменения;
- изменение собственников фирмы;

133 46. Стратегия развития фирмы отражает следующее направление изменений:

- нынешнее положение фирмы – усиление рыночных позиций.
- прошлое состояние фирмы – будущее состояние фирмы;
- прошлое состояние фирмы – нынешнее состояние фирмы;
- настоящее положение фирмы – желаемое положение фирмы;
- настоящее положение фирмы – более высокодоходное положение фирмы;

134 45. Стратегия развития фирмы:

- план деятельности в соответствие с происходящими изменениями в среде деятельности фирмы.
- цель деятельности фирмы на перспективу;
- детализированный перспективный план деятельности;
- отражает вектор изменений – направления основной деятельности фирмы для достижения поставленной цели (результат);
- отражает обоснование цели и направлений фирмы на предстоящий период;

135 44. Закончите следующую мысль: «Каждая стратегия начинается с ……………»

- изменений по внешней среде.
- стратегического планирования;
- финансовых ресурсов;
- стратегического мышления;
- стратегического анализа;

136 43. Какими способностями должен обладать руководитель фирмы (предприниматель) для принятия стратегического решения?

- способностями научного мышления;
- организационными способностями;
- предпринимательскими способностями;
- способностями стратегического мышления.
- управленческими способностями;

137 42. Что из перечисленного не относится к признакам стратегического управления фирмы?

- направленность потребительский спрос.
- своевременное осуществление необходимых организационных изменений в компании;
- гибкая реакция на изменения, происходящие во внешней среде;
- следование трудовому распорядку и устранение простоев;
- обеспечение перспективной конкурентоспособности компании;

138 41. К признаку стратегического управления фирмы относится:

- отсутствие текучести кадров в компании.
- получение компанией стабильной прибыли;
- финансовая стабильность компании
- обеспечение перспективной конкурентоспособности компании;
- следование трудовому распорядку в компании;

139 190 Для компании целесообразно использование стратегии вертикальной интеграции, когда она:

- правильных ответов нет
- выходит на рынок с помощью совместных маркетинговых проектов
- устраняет пробелы в технических или производственных навыках и опыте
- повышает эффективность стратегически важных видов деятельности
- все перечисленные

140 189 Для компании целесообразно использование стратегии вертикальной интеграции, когда она:

- правильных ответов нет
- выходит на рынок с помощью совместных маркетинговых проектов
- устраняет пробелы в технических или производственных навыках и опыте
- создает конкурентное преимущество
- все перечисленные

141 188 Группа стратегий, к которой относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию:

- комбинированная
- диверсифицированного роста
- интегрированного роста
- концентрированного роста
- сокращения

142 187 Стратегия, предполагающая отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – стратегия:

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

143 186 Стратегия наиболее привлекательная для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли:

- комбинированная
- интегрированного роста
- концентрированного роста
- диверсифицированного роста
- сокращения

144 185. Диверсифицированный рост организации предполагает:

- получение в собственность и установление контроля за поставщиками, либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами
- реализацию технологически новой продукции на существующих рынках
- развитие продукта (его совершенствование или создание нового)
- развитие на основе проникновения в другие отрасли
- реализацию технологически новой продукции на новых рынках

145 184 Концентрированный рост организации предполагает:

- развитие на основе проникновения в другие отрасли
- реализацию технологически новой продукции на новых рынках
- реализацию технологически новой продукции на существующих рынках
- развитие продукта (его совершенствование или создание нового)
- получение в собственность и установление контроля за поставщиками, либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами

146 183 Интегрированный рост организации предполагает:

- развитие на основе проникновения в другие отрасли
- реализацию технологически новой продукции на существующих рынках
- развитие продукта (его совершенствование или создание нового)
- получение в собственность и установление контроля за поставщиками, либо за сбытовой сетью, либо за конкурентами
- реализацию технологически новой продукции на новых рынках

147 182 К базовым стратегиям относятся:

- товарно-маркетинговая стратегия, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия управления персоналом, стратегия научно-технического развития
- стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия инноваций
- стратегия лидера, позиция бросающего вызов рыночному окружению, стратегия последователя, позиция знающего свое место на рынке
- стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия

- матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKinsey – General Electric, матрица фирмы Arthur D. Little, матрица И. Ансоффа, проект PIMS

148 181 Что из перечисленного неверно?

- Стратегия сокращения применяется тогда, когда фирма нуждается в перегруппировке сил после длительного периода роста или в связи с необходимостью повышения эффективности;
- Применение стратегии интегрированного роста приводит к изменениям позиций фирмы в отрасли;
- Стратегии концентрированного роста предусматривают изменение продукции и (или) рынка;
- Фирмы используют стратегии диверсифицированного роста при невозможности продолжения бизнеса в существующих условиях.
- При применении стратегии диверсифицированного роста могут меняться продукция, технология, рынок и отрасль;

149 180. Какой результат невозможен при применении стратегии сокращения фирмы?

- Фирма продается другому собственнику;
- Фирма продолжает деятельность в другой отрасли;
- Фирму покупает конкурентная фирма.
- Фирма объединяется с другой фирмой;
- Деятельность фирмы прекращается;

150 179. При применении этой стратегии происходит отказ от долгосрочного взгляда на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе. Какой это тип стратегии?

- относится ко всем стратегиям сокращения.
- стратегия сокращения структур;
- стратегия сокращения расходов;
- стратегия «сбора урожая»;
- стратегия ликвидации;

151 178. Что из перечисленного не относится к типу стратегии сокращения?

- стратегия ликвидации.
- стратегия сокращения расходов;
- стратегия «сбора урожая»;
- Стратегия сокращения цены;
- стратегия сокращения структур;

152 177. Что из перечисленного относится к типу стратегии сокращения?

- стратегия сокращения партнеров;
- стратегия снижения прибыли;
- стратегия изменения продукции;
- стратегия «сбора урожая».
- стратегия сокращения цены;

153 176. Сколько имеются типов стратегии сокращения?

- 6.
- 3;
- 2;
- 4;
- 5;

154 175. Как можно охарактеризовать стратегию конгломеративной диверсификации?

- фирма нуждается в перегруппировке сил после длительного периода роста или в связи с необходимостью повышения эффективности.
- прежнее производство остается основным бизнесом фирмы, наряду с которым фирма используя имеющиеся технологические возможности, выходит с новой продукцией на прежний рынок;

- фирма укрепляется на прежнем рынке с новой продукцией на основе новых технологий;
- фирма расширяется за счет производства технологически не связанных с уже производимыми новыми продуктами, которые реализуются на новых рынках;
- фирма наращивает объемы производства путем глубокой специализации на производимой продукции и выходит на новые рынки;

155 174. Какие элементы (факторы) меняются при применении стратегии горизонтальной диверсификации?

- позиции фирмы в отрасли и отрасль.
- продукция, рынок и позиции фирмы в отрасли;
- рынок, технология и отрасль;
- продукция, технология и отрасль;
- продукция, технология, позиции фирмы в отрасли и рынок;

156 173. К типам стратегии диверсифицированного роста относятся:

- стратегия горизонтальной диверсификации, стратегия конгломеративной диверсификации и стратегия интегрированной диверсификации;
- стратегия технологической диверсификации, стратегия рыночной диверсификации и стратегия централизованной диверсификации;
- стратегия горизонтальной диверсификации и стратегия вертикальной диверсификации;
- стратегия централизованной диверсификации.
- стратегия обратной вертикальной диверсификации, стратегия вперед идущей диверсификации и стратегия горизонтальной диверсификации;

157 172. Что из перечисленного является типом стратегии диверсифицированного роста?

- стратегия интегрированной диверсификации.
- стратегия рыночной диверсификации;
- стратегия технологической диверсификации;
- стратегия централизованной диверсификации;
- стратегия обратной горизонтальной диверсификации;

158 171. Что относится к типу стратегии диверсифицированного роста?

- стратегия вперед идущей диверсификации.
- стратегия диверсификации рынка;
- стратегия обратной вертикальной диверсификации;
- стратегия горизонтальной диверсификации;
- стратегия горизонтальной диверсификации отрасли;

159 170. Сколько имеется типов стратегии диверсифицированного роста?

- 6.
- 4;
- 2;
- 3;
- 5;

160 169. При применении стратегии обратной вертикальной интеграции:

- Фирма делает все возможное, чтобы укрепиться на прежнем рынке с производимой продукцией.
- Отрасль и используемая фирмой технология подвергаются значительным изменениям;
- в росте фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, а именно системами распределения и продажи;
- Фирма может либо создавать дочерние структуры, осуществляющие снабжение, либо же приобретать компании, уже осуществляющие снабжение;
- Фирма ищет новые рынки для производимой продукции;

161 168. Что из перечисленного не верно?

- При применении стратегии интегрированного роста позиции (состояние) фирмы в отрасли подвергаются изменениям.
- Стратегия интегрированного роста применяется в случае, когда фирма находится в сильном бизнесе, не может осуществлять стратегии концентрированного роста;
- При применении стратегии интегрированного роста происходит расширение (увеличение) фирмы за счет добавления новых структурных подразделений;
- Стратегия интегрированного роста применяется в случае, когда фирма находится в слабом бизнесе, не может осуществлять стратегии концентрированного роста;
- Фирма может достичь интегрированного роста путем приобретения новой собственности, так и путем расширения изнутри;

162 167. Какие элементы стратегии интегрированного роста подвергаются изменениям?

- отрасль, позиции предприятия в отрасли и рынок
- продукция, технология, отрасль и позиции предприятия в отрасли и рынок
- технология, отрасль и позиции предприятия в отрасли
- продукция, технология и позиции предприятия в отрасли
- позиции предприятия в отрасли

163 166. Какой элемент (фактор) при применении стратегии интегрированного роста меняется?

- отрасль.
- технология;
- продукция;
- позиции фирмы в отрасли;
- рынок;

164 165. К типам стратегии интегрированного роста относятся:

- стратегия концентрированной интеграции и стратегия диверсифицированной интеграции.
- стратегия обратной горизонтальной интеграции и стратегия вперед идущей горизонтальной интеграции;
- стратегия горизонтальной интеграции и стратегия вертикальной интеграции;
- стратегия обратной вертикальной интеграции и стратегия вперед идущей вертикальной интеграции;
- стратегия интеграции, предусматривающая объединение структур и стратегия интеграции, предусматривающая сокращение структур;

165 164. Что из перечисленного относится к типу стратегии интегрированного роста?

- стратегия интегрирования рынка;
- стратегия интегрирования технологии;
- стратегия интегрирования производства;
- стратегия горизонтального интегрирования.
- стратегия интегрирования отрасли;

166 163. Сколько имеется типов стратегии интегрированного роста?

- 6.
- 4;
- 3;
- 2;
- 5;

167 162. Что из перечисленного ниже не верно?

- Применение стратегии развития продукции предусматривает производство фирмой новой продукции и продажу ее на прежнем рынке.
- При применении стратегии усиления рыночных позиций фирмы требуются более глубокие маркетинговые исследования;
- При применении стратегии усиления рыночных позиций фирма делает все возможное, чтобы еще более укрепиться на имеющемся рынке с выпускаемой ею продукцией;

- При применении стратегии усиления рыночных позиций фирмы продукция и технология остаются неизменными, но меняется отрасль;
- При применении стратегии развития рынка фирма находит новые рынки для производимой продукции;

168 161. Какие элементы концентрированной стратегии роста подвержены изменениям?

- продукция, технология, рынок и отрасль.
- технология, позиции фирмы в отрасли и отрасль;
- продукция, технология и рынок;
- продукция и рынок;
- технология, рынок, позиции фирмы в отрасли и отрасль;

169 160. Какие элементы концентрированной стратегии роста не подвержены изменениям?

- продукция, технология, рынок и отрасль
- продукция, технология и рынок
- продукция и рынок
- технология, позиции фирмы в отрасли и отрасль
- технология, рынок, позиции фирмы в отрасли и отрасль

170 159. Что из перечисленного относится к типам концентрированной стратегии роста?

- стратегия обновления продукции, стратегия обновления технологии и стратегия обновления рынка.
- стратегия развития технологии, стратегия развития продукции и стратегия расширения рынка;
- стратегия концентрированной продукции, стратегия концентрированного рынка и стратегия концентрированных рыночных позиций;
- стратегия развития продукции, стратегия развития рынка и стратегия усиления рыночных позиций;
- стратегия концентрации производства, стратегия специализации продукции и стратегия концентрации рынка;

171 158. Что из перечисленного относится к типу стратегии концентрированного роста?

- стратегия концентрации производства.
- стратегия обновления технологии;
- стратегия специализации производства;
- стратегия усиления рыночных позиций;
- стратегия обновления продукции;

172 157. Сколько типов стратегии имеет стратегия концентрированного роста?

- 6.
- 4;
- 2;
- 3;
- 5;

173 156. Что относится к эталонным (базовым) стратегиям развития бизнеса?

- стратегии минимизации затрат, стратегии глубокой специализации по производству продукции, стратегии максимизации прибыли, стратегии усиления рыночных позиций
- стратегии развития продукции, стратегии развития рынка, стратегии развития технологии, стратегии развития отрасли
- стратегии усиления рыночных позиций, стратегии развития (расширения) рынка, стратегии развития продукции, стратегии сокращения
- стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии сокращения
- стратегии централизованной диверсификации, стратегии вертикальной диверсификации, стратегии конгломератной диверсификации, стратегии минимизации затрат

174 155. Что из перечисленного не относится к эталонным (базовым) стратегиям развития бизнеса?

- стратегии сокращения.
- стратегии расширения отрасли;
- стратегии концентрированного роста;
- стратегии интегрированного роста;
- стратегии диверсифицированного роста;

175 154. К эталонным (базовым) стратегиям развития бизнеса относятся:

- стратегии диверсифицированного роста;
- стратегии роста качества продукции;
- стратегии усиления конкурентоспособности;
- стратегии расширения рынка;
- стратегии максимизации прибыли.

176 153. Что из перечисленного относится к эталонным (базовым) стратегиям развития бизнеса?

- стратегии расширения отрасли;
- стратегии роста бизнеса;
- стратегии развития бизнеса;
- стратегии сокращения.
- стратегии усиления конкурентоспособности;

177 152. Во сколько групп объединяются эталонные (базовые) стратегии развития бизнеса? предусматривающие рост бизнеса?

- 6.
- 3;
- 2;
- 4;
- 5;

178 151. Стратегии роста бизнеса включают:

- стратегии роста производства продукции, стратегии роста прибыли, стратегии расширения рынка
- стратегии развития продукции, стратегии развития рынка, стратегии развития технологии,
- стратегии усиления рыночных позиций, стратегии развития (расширения) рынка, стратегии развития продукции
- стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста.
- стратегии централизованной диверсификации, стратегии вертикальной диверсификации, стратегии конгломератной диверсификации,

179 150. Во сколько групп объединяются эталонные стратегии, предусматривающие рост бизнеса?

- 6.
- 4;
- 2;
- 3;
- 5;

180 149. Как группируются стратегии развития бизнеса по характеру направления развития фирмы?

- стратегии интеграции и стратегии диверсификации.
- стратегии ограниченного развития и стратегии ускоренного развития;
- опережающие и отстающие стратегии;
- стратегии роста и стратегии сокращения;
- стратегии бизнеса и стратегии развития;

181 148. Основные элементы (факторы), отличающие стратегии развития фирм друг от друга, могут находиться в следующем состоянии:

- старое состояние и желаемое состояние;
- прошлое состояние, настоящее состояние и будущее состояние;
- прошлое состояние, настоящее состояние;
- существующее состояние и новое состояние.
- старое состояние, настоящее состояние и новое состояние;

182 147. Какие основные элементы подвержены изменениям и отличают стратегии развития фирм друг от друга?

- умения и способности команды, разрабатывающей стратегию; степень интенсивности конкуренции в отрасли, этапы развития отрасли, рыночные позиции фирмы
- характер фирмы, имидж фирмы, рыночная доля фирмы, количество предприятий в отрасли, размеры фирмы
- качество продукции, объемы продаж, рыночные позиции, инновации, отрасль
- продукция, технология, рынок, позиции фирмы внутри отрасли, отрасль
- сложность производимой технологии, степень сложности и качество производимой продукции, размеры и имидж фирмы, качество управления

183 146. Какой из факторов отличает стратегии развития фирмы друг от друга?

- период деятельности фирмы.
- заменители продукции;
- управленческая система;
- позиции фирмы в отрасли;
- территориальные границы рынка;

184 145. Какой из факторов не отличает стратегии развития фирмы друг от друга?

- отрасль.
- технология;
- продукция;
- управленческая система;
- рынок;

185 144. Что из перечисленного неверно отражает суть стратегий развития фирмы?

- В общем виде стратегия – это комплекс системной и взаимосвязанной деятельности фирмы по достижению поставленной на перспективу цели.
- Стратегия развития фирмы зависит от того, каким образом предприниматель (руководитель фирмы) оценивает различные рыночные возможности;
- Определение стратегии развития фирмы принципиально зависит от существующей конкретной ситуации и ожидаемых изменений;
- Стратегии всех фирм в основном одинаковы, отличия только в способах и формах их реализации;
- Сколько существует фирма, столько же у нее различных стратегий;

186 143. С какими вопросами сталкивается фирма при определении стратегии, связанной с рыночными позициями?

- Как изменить продукцию? Как изменить технологию? Как изменить рынок?
- Как снизить затраты производства? Как специализироваться на производстве продукции? Как усилить позиции на определенной сегменте рынка?;
- Что производить? Как производить? Для кого производить?;
- Какой бизнес продолжить? Какой бизнес прекратить? В какой бизнес перейти?;
- Где находимся сейчас? Где хотим находиться? Как достичь этого?;

187 142. Сколько факторов (элементов) отличают основные стратегии развития бизнеса друг от друга?

- 7.
- 4;
- 3;
- 5;

6;

188 236. Какое из высказываний о стратегическом планировании неверно?

- инструмент качественного управления
- планирование изменений
- планирование результатов
- основывается на точных прогнозах
- отражает желаемое состояние достижения (в будущем)

189 235. Комплексность планирования:

- отражает систему мероприятий, направленных на конкретизацию плана развития предприятия во времени и пространстве
- обеспечивается путем взаимосвязи краткосрочных и долгосрочных планов
- связана с подготовкой альтернативных вариантов решения производственно-технических задач
- означает взаимосвязь планов различных подразделений, полное отражение в плане объектов планирования и работ, связанных с деятельностью отдельных подразделений
- отражает денежные доходы и расходы предприятия, расчеты с бюджетом, банками и прочими субъектами

190 234. Непрерывность планирования:

- отражает систему мероприятий, направленных на конкретизацию плана развития предприятия во времени и пространстве
- отражает денежные доходы и расходы предприятия, расчеты с бюджетом, банками и прочими субъектами
- связана с подготовкой альтернативных вариантов решения производственно-технических задач
- обеспечивается путем взаимосвязи краткосрочных и долгосрочных планов
- означает взаимосвязь планов различных подразделений, полное отражение в плане объектов планирования и работ, связанных с деятельностью отдельных подразделений

191 233. Что такое программа?

- вид деятельности, отражающий определений целей, анализ проблемы, прогнозирование, определение альтернативных вариантов, оценку принятых решений, этапы осуществления инвестиционных вложений.
- вид деятельности, направленный на сознательное регулирование научно-сформированной системы знаний, а также всех сфер общественной жизни
- система конкретных комплексных действий по плавному упорядоченному осуществлению мероприятий, отраженных в программе;
- совокупность целей, задач, документов по хозяйственным мероприятиям, предусматривающим их исполнение государственными и хозяйствующими субъектами за определенный период времени;
- совокупность научно-обоснованных представлений, взглядов и предложений по выполнению поставленных задач по достижению стратегических целей;

192 232. Что такое план?

- совокупность научно-обоснованных представлений, взглядов и предложений по выполнению поставленных задач по достижению стратегических целей, путей решения основных проблем экономического развития и социального прогресса на перспективу.
- совокупность направлений, норм и правил деятельности, создающих возможности для достижения и повышения стабильных экономических показателей, определенных на длительный период на основе роста конкурентных преимуществ и эффективности;
- совокупность документов, необходимых для развития предприятия;
- документ, отражающий совокупность работ и заданий, предназначенных для выполнения с указанием цели, содержания, объема, методов, последовательности, времени выполнения на определенный период времени;
- совокупность целей, задач, документов по хозяйственным мероприятиям, предусматривающим их исполнение государственными и хозяйствующими субъектами за определенный период времени;

193 231. На каком этапе стратегического планирования формируется SWOT анализ?

- 5-ом
- 2-ом
- 1-ом

- 3-ем
 4-ом

194 230. На каком этапе стратегического планирования формируется анализ микросреды?

- 5-ом
 3-ем
 2-ом
 1-ом
 4-ом

195 229. На каком этапе стратегического планирования формируется анализ внутренней среды?

- ни на каком
 3-ем
 2-ом
 1-ом
 4-ом

196 228. Что не относится к разделам плана развития предприятия?

- план социального развития трудового коллектива.
 план кадров и оплаты труда;
 план инвестиций и внедрения новой техники;
 план страховой деятельности;
 план производства и реализации продукции;

197 227. На какие виды подразделяются планы по признаку иерархии планирования?

- стратегические, индикативные, директивные.
 тактические, функциональные, стратегические;
 тактические, аналитические, оперативные;
 стратегические, тактические, оперативные;
 функциональные, аналитические, гибкие;

198 226. Что относится к методам планирования?

- социально-психологический метод;
 функциональный метод;
 метод экономического анализа;
 нормативный метод.
 административный метод;

199 225. Что не учитывается в финансовом плане предприятия?

- расчеты с банками и прочие расчеты.
 денежные расходы предприятия;
 денежные поступления предприятия;
 планирование фондоотдачи;
 расчеты с бюджетом;

200 224. Что не относится к методам планирования на предприятии?

- балансовый метод.
 экономико-статистические методы;
 планирование «от достигнутого уровня»;
 опытно-экспериментальный метод;
 нормативный метод;

201 223. Какой из признаков не используется при классификации видов планов?

- по объему производства;
- по периоду охвата;
- по функциональности;
- по иерархии управления;
- по иерархии планирования.

202 222. Что не относится к принципам планирования деятельности предприятия?

- принцип стабильности;
- принцип параллельности;
- принцип определения приоритетов
- принцип экономности;
- принцип комплексности;

203 221. Что не относится к составным элементам процесса «стратегическое планирование»?

- составление стратегического плана
- реализация стратегии
- определение миссии предприятия
- формирование целей и задач предприятия
- анализ и оценка внешней и внутренней среды

204 220. Что не относится к составным элементам процесса «стратегическое планирование»?

- анализ видов стратегии
- стратегический контроль и регулирование
- определение миссии предприятия
- формирование целей и задач предприятия
- анализ и оценка внешней и внутренней среды

205 219. Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, планирования сбыта и товародвижения:

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

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

- финансовые ресурсы
- маркетинг
- производство
- трудовые ресурсы
- конкуренция

207 217. Стратегическое планирование – это:

- стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения
- комплекс решений и действий по разработке стратегии, необходимых для достижения целей фирмы
- более широкое понятие, чем стратегический менеджмент
- комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров и т.д., направленных на создание нового или модернизацию действующего производства

- процесс разработки стратегии фирмы с конкретизацией в форме стратегического плана на краткосрочный и среднесрочный период времени

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

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

209 215. Найдите верное определение:

- стратегическое планирование – это стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения
 стратегическое планирование более узкое понятие, чем стратегический менеджмент
 стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов
 стратегическое планирование – инструмент управления планами, а оперативное планирование – организационный инструмент
 стратегическое планирование – организационный инструмент, стратегический менеджмент – аналитический процесс

210 214. Найдите верное определение:

- стратегический менеджмент более узкое понятие, чем стратегическое планирование
 в стратегическом планировании используются экономические и технологические переменные, а в стратегическом менеджменте, кроме того, учитываются психологические, социологические и политические факторы
 стратегическое планирование – организационный инструмент, а стратегический менеджмент – инструмент управления планами
 стратегическое планирование – комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров и т.д., направленных на создание нового или модернизацию действующего производства
 стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов

211 213. Найдите верное определение:

- стратегическое планирование более широкое понятие, чем стратегический менеджмент
 в стратегическом менеджменте используются только экономические и технологические переменные, а в стратегическом планировании, кроме того, учитываются психологические, социологические и политические факторы
 стратегическое планирование – организационный инструмент, стратегический менеджмент – аналитический процесс
 стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов
 стратегическое планирование – инструмент управления планами, а стратегический менеджмент – организационный инструмент

212 212. Что не относится к характерным чертам стратегического планирования?

- предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период
 служит основой для любого другого вида планирования
 является функцией времени, так как сосредоточен на данном периоде времени, а не на целях организации
 устанавливает показатели деятельности для последующего контроля
 определяет политику и задачи организации

213 211. Что не относится к характерным чертам стратегического планирования?

- обуславливает изучение внешней и внутренней среды хозяйствования

- устремлен на краткосрочную перспективу
- содержит совокупность глобальных идей развития фирмы
- служит основой для любого другого вида планирования
- предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период

214 210. Ниже перечислены позиции, по которым стратегический план отличается от других видов плана. Найдите неверный ответ:

- структура
- объем
- цели
- период действия
- степень точности

215 209. Функциональный бенчмаркинг – это:

- проведение маркетинговых исследований в отрасли
- 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

216 208. Что является своеобразным «фильтром», позволяющим отсеивать ненужную информацию, имеющуюся в распоряжении фирмы перед началом анализа?

- опыт работы
- цели
- технология
- персонал
- инновации

217 207. Стратегическая зона хозяйствования — это:

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

218 206. Общеметодологические принципы, которые должны лежать в основе анализа среды деятельности предприятия:

- принцип учета специфики предприятия, принцип пропорциональности, системный подход
- динамический принцип и принцип сравнительного анализа, метод наблюдения, принцип научности управления
- принцип конкурентоспособности, принцип пропорциональности, принцип динамизма
- динамический принцип и принцип сравнительного анализа, системный подход, принцип учета специфики предприятия, комплексный анализ
- принцип сравнительного анализа, принцип конкурентоспособности, системный подход, принцип динамизма

219 205. Какой аналитический метод не используется в стратегическом анализе?

- SWOT-анализ.
- SNW-анализ;
- PESTLE-анализ;
- макроэкономический анализ;
- бенчмаркетинг;

220 204. Что из перечисленного не относится к стратегическому анализу, разрабатываемому для стратегии развития фирмы?

- анализ отвергнутой стратегий.
- анализ конкуренции;
- отраслевой анализ;
- анализ внешней среды (макроанализ);
- анализ внутренней среды;

221 203. Что не относится к четвертому этапу стратегического планирования?

- разработка правил оценки результатов и отклонений от результатов.
- уточнение показателей по промежуточным и конечным результатам (по этапам и видам деятельности);
- определение способов отчетности и мониторинга;
- определение способов и средств достижения целей и направлений;
- уточнение способов и правил измерения результатов;

222 202 На четвертом этапе стратегического планирования:

- определяются стратегические цели и пути, средства и способы их достижения
- определяются сторонники для реализации поставленной цели и проводятся с ними переговоры
- осуществляется анализ конкурентов фирмы
- разрабатываются индикаторы (показатели) и способы оценки результатов деятельности фирмы
- уточняется стратегия развития фирмы

223 201 Что не относится к третьему этапу стратегического планирования?

- определение бюджета и источников финансирования деятельности.
- подготовка детальных рабочих планов и программы деятельности;
- определение способов и средств достижения целей и направлений;
- определение системы отчетности;
- оценка расходов (затрат);

224 200. Что происходит на третьем этапе стратегического планирования?

- разрабатываются индикаторы (показатели) и способы оценки результатов деятельности
- осуществляется анализ современного состояния фирмы, факторов внутренней и внешней среды ее деятельности
- оценивается финансовый и ресурсный потенциал фирмы
- определяются стратегические цели, пути, средства и способы их достижения
- определяется миссия, цели, направления фирмы

225 199. Что из перечисленного не относится ко второму этапу стратегического планирования?

- уточняются специфические и измеримые направления;
- формируется желаемый образ будущего;
- разрабатывается концептуальное изложение необходимости существования фирмы;
- определяются способы достижения целей и направлений.
- уточняются цели достижения на определенный период;

226 198. Что включается во второй этап стратегического планирования?

- определяются стратегические цели фирмы, пути, средства и способы их достижения
- определяется статус и основные принципы деятельности фирмы, уточняются наиболее важные хозяйственные функции
- осуществляется анализ современного состояния фирмы, факторов внутренней и внешней среды ее деятельности
- определяется миссия и цели фирмы
- определяется финансовый и ресурсный потенциал фирмы

227 197. Какие специфические методы анализа применяются в стратегическом планировании при оценке среды деятельности фирмы?

- метод научной абстракции, метод анализа и синтеза, метод индукции-дедукции, PESTLE-анализ.
- трендовый анализ, управленческий анализ, причинно-следственный анализ, построение динамических рядов
- функционально-стоимостной анализ, товарно-стоимостной анализ, индексный метод
- SWOT-анализ, SNW-анализ, PESTLE-анализ, бенчмаркетинг
- SWOT-анализ, функционально-стоимостной анализ, анализ рентабельности, бенчмаркетинг, анализ отрасли-продукция-доход

228 196. Что из перечисленного не связано с анализом текущего состояния фирмы?

- анализ внутренней среды деятельности фирмы.
- анализ конкуренции в отрасли, где функционирует фирма;
- анализ внешней (макро) среды деятельности фирмы;
- анализ стратегических целей и направлений фирмы;
- анализ этапов развития отрасли;

229 195. На первом этапе стратегического планирования:

- оценивается финансовый и ресурсный потенциал фирмы
- определяются миссия и цели фирмы
- находятся ответы на вопросы: «Какой бизнес прекратить? Какой бизнес продолжить? В какой бизнес перейти?»
- осуществляется анализ современного состояния фирмы, факторов внутренней и внешней среды ее деятельности
- определяются стратегические цели фирмы, пути, средства и способы их достижения

230 194. Какой из вопросов не относится к элементу стратегического планирования?

- Как можно проследить и оценить результаты?
- Чего хотим достичь? (Где хотим находиться?)
- Где находимся сейчас?
- Что нужно сделать, если не может этого достичь?
- Как достичь желаемого состояния?

231 193. Что из перечисленного не является характеристикой цели стратегического планирования?

- взаимосвязанная с ресурсами и задачами фирмы
- конкретно и точно измеряемая
- точно направленная на определенный временной интервал
- взаимосвязанная с интересами конкурентов
- адресная и контролируемая

232 191. Что из перечисленного не относится к требованиям, стоящим перед стратегическим планированием?

- система, предусматривающая отчетность и участие
- направлен на решение поставленной цели
- динамичный и способный приспособливаться меняющимся условиям
- план или шаблон, установленный в жестких рамках, подлежащий обязательному исполнению без каких-либо изменений
- должен быть направлен не на ресурсы, а на достижение конечных результатов

233 307. Что не относится к конкурентной силе Портера?

- давление со стороны поставщиков
- конкуренция существующих в отрасли компаний
- риск входа потенциальных конкурентов
- угроза появления новой продукции
- возможность покупателей «торговаться»

234 306. Какой фактор макросреды при PEST-анализе относится к экономическому?

- уровень государственного финансирования исследований и разработок
- новые открытия
- потенциал нового продукта
- конкуренция
- новые производственные технологии

235 305. Какой фактор макросреды при PEST-анализе не относится к технологическому?

- уровень государственного финансирования исследований и разработок
- новые открытия
- потенциал нового продукта
- конкуренция
- новые производственные технологии

236 304. Какой фактор макросреды при PEST-анализе относится к экономическому?

- изменения вкусов и предпочтений потребителей
- перемены в образе жизни
- демографические изменения
- доверие потребителей
- уровень образования

237 303. Какой фактор макросреды при PEST-анализе не относится к социокультурному?

- изменения вкусов и предпочтений потребителей
- перемены в образе жизни
- демографические изменения
- доверие потребителей
- уровень образования

238 302. Какой фактор макросреды при PEST-анализе относится к экономическому?

- директивы Европейского Союза
- устав фирмы
- трудовое законодательство
- уровень безработицы
- налоговая политика

239 301. Какой фактор макросреды при PEST-анализе не относится к политическому (правовому)?

- директивы Европейского Союза
- устав фирмы
- трудовое законодательство
- уровень безработицы
- налоговая политика

240 300. Функционально анализ внешней среды деятельности фирмы должен проводиться:

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

241 299. Какой из факторов не оказывает влияние на успех фирмы в конкурентной борьбе?

- высокий уровень организационной культуры
- ориентация на потребителей
- постоянное стремление к продуктовым, технологическим, управленческим и иным инновациям

- акцентирование внимания на количество, а не качество продукции
- создание уникальной специализации

242 298. Элементы интегральной модели организации, не подходящие к формированию внутренней среды организации:

- технология
- культура организации
- власть
- стратегия
- структура

243 297. Элементы интегральной модели организации, не подходящие к формированию внутренней среды организации:

- люди
- бизнес-процессы
- цели
- миссия
- технология

244 296. Фактор, определяющий конкурентную силу поставщика организации:

- рост доходов ниже среднего
- темпы инфляции и нормы налогообложения
- уровень образования поставщика
- концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами
- последовательность в разработке продуктов

245 295. Фактор, определяющий конкурентную силу поставщика организации:

- уровень банковской процентной ставки
- последовательность в разработке продуктов
- темпы инфляции и нормы налогообложения
- уровень специализации поставщика
- рост доходов ниже среднего

246 294. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что:

- окружение не будет изменяться, а во внутренней среде постоянно будут происходить изменения
- в окружении не будет происходить качественных изменений
- окружение не будет изменяться
- в окружении постоянно будут происходить изменения
- во внутренней среде постоянно будут происходить изменения

247 293. Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли?

- Ф.Котлер
- Б. Карлофф
- Г.Саймон
- М.Портер
- П.Друкер

248 292. Что не относится к конкурентной силе Портера?

- давление со стороны поставщиков
- конкуренция существующих в отрасли компаний
- риск входа потенциальных конкурентов

- угроза появления новой продукции
- возможность покупателей «торговаться»

249 291. Какой фактор макросреды при PEST-анализе относится к экономическому?

- уровень государственного финансирования исследований и разработок
- новые открытия
- потенциал нового продукта
- конкуренция
- новые производственные технологии

250 290. Какой фактор макросреды при PEST-анализе не относится к технологическому?

- новые производственные технологии
- потенциал нового продукта
- конкуренция
- уровень государственного финансирования исследований и разработок
- новые открытия

251 289. Какой фактор макросреды при PEST-анализе относится к экономическому?

- изменения вкусов и предпочтений потребителей
- перемены в образе жизни
- демографические изменения
- доверие потребителей
- уровень образования

252 288. Какой фактор макросреды при PEST-анализе не относится к социокультурному?

- изменения вкусов и предпочтений потребителей
- перемены в образе жизни
- демографические изменения
- доверие потребителей
- уровень образования

253 287. Какой фактор макросреды при PEST-анализе относится к экономическому?

- директивы Европейского Союза
- устав фирмы
- трудовое законодательство
- уровень безработицы
- налоговая политика

254 286. Какой фактор макросреды при PEST-анализе не относится к политическому (правовому)?

- директивы Европейского Союза
- устав фирмы
- трудовое законодательство
- уровень безработицы
- налоговая политика

255 285. Функционально анализ внешней среды деятельности фирмы должен проводиться:

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

256 284. Что считается фактором ценовой чувствительности потребителей?

- политика правительства по отношению к отрасли.
- наличие продуктов-заменителей;
- количество и покупателей и их распределение по компаниям;
- мотивы принятия решений покупателями;
- реакция конкурентов;

257 283. Что из перечисленного не считается фактором ценовой чувствительности потребителей?

- доходы и платежеспособность потребителей.
- различия в продуктах конкурентов;
- престиж торговой марки (бренд);
- уровень концентрации потребителей по компаниям;
- потребительские характеристики продуктов;

258 282. Что относится к фактору рыночной власти покупателей?

- ценовая политика потенциальных конкурентов.
- уровень концентрации производства;
- степень дифференциации конкурентов;
- наличие продуктов-заменителей и их цена;
- наличие поставляемых продуктов-заменителей;

259 281. Что не относится к фактору рыночной власти покупателей?

- наличие продуктов-заменителей;
- территориальная структура покупателей;
- количество и уровень концентрации покупателей;
- предпочтение торговых марок покупателями.
- информационное обеспечение покупателей;

260 280. Что относится к фактору рыночной конкуренции существующих в отрасли компаний?

- информационное обеспечение покупателей.
- издержки обращения
- наличие продуктов-заменителей;
- Приобретение крупным игроком другой отрасли одной из компаний;
- ожидаемая реакция конкурентов;

261 279. Что из перечисленного не относится к фактору рыночной конкуренции существующих в отрасли компаний?

- Большие различия между компаниями-участниками.
- Лояльность потребителей к торговой марке;
- Рост количества конкурирующих компаний в отрасли;
- ожидаемая реакция конкурентов;
- Замедление спроса на продукцию;

262 278. От каких показателей зависит интенсивность конкуренции существующих в отрасли компаний?

- затраты производства, рентабельность и объем продаж.
- производительность труда, издержки производства и ассортимент продукции;
- количество и экономические параметры продукции;
- цена, качество и ассортимент продукции;
- цена продукции, затраты производства и прибыль;

263 277. Что из перечисленного неверно отражает суть рыночной власти поставщиков?

- Сила поставщиков зависит от способности оказывать давление на потребителей (участников рынка при изменении условий сделки (цены и качества);
- возможности давления поставщика на компанию снижаются при наличии в малом количестве продуктов-заменителей или их отсутствии, а также при важном значении покупателя для компании;
- появление возможности поставщика оказывать ее сильное давление при наличии в малом количестве продуктов-заменителей или их отсутствии, а также при важном значении покупателя для компании.
- Степень давления поставщиков зависит от уровня взаимодействия поставщиков с потребителями в отрасли;
- Поставщики оказывают давление на участников рынка при заключении сделки, путем увеличения цены или снижения качества товаров;

264 276. Что из перечисленного является фактором, определяющим рыночную власть поставщиков?

- барьеры выхода из отрасли.
- различия между запатентованными продуктами;
- эффект масштаба;
- минимально необходимый объем оборота поставщиков;
- потребность в капитале;

265 275. Что из перечисленного не относится к фактору, определяющему рыночную власть поставщиков?

- наличие заменяемых поставляемых товаров.
- уровень концентрации поставщиков на рынке;
- количество поставщиков и поставляемой продукции;
- ожидаемая реакция конкурентов;
- издержки обращения;

266 274. Что из перечисленного создает барьеры для входа на рынок?

- рыночная власть покупателей.
- лояльность потребителей к торговой марке;
- социальная политика правительства;
- политика правительства по отношению к отрасли;
- появление продуктов-заменителей;

267 273. Какие из перечисленных предпосылок не создают барьеров для входа на рынок?

- доступ к каналам распределения.
- дифференциация продукта;
- экономия на масштабе;
- лояльность потребителей к торговой марке;
- потребность в капитале;

268 271. В каком случае продукты-заменители не создают угрозы конкуренции для фирмы?

- при способности обеспечить по сравнению с имеющимися продуктами в отрасли более выгодного соотношения цены и качества
- при большом количестве продуктов-заменителей, с выгодной ценой и удовлетворительными потребительскими свойствами
- при способности полностью заменить производимую фирмой продукцию
- при больших возможностях рыночного контроля фирмой.
- в том случае, когда переход к продуктам-заменителям не требует высоких затрат

269 270. Какой фактор конкуренции в модели «Пять сил Портера» лишний?

- рыночная власть потребителей.
- новые потенциально возможные конкуренты в отрасли;
- рыночная власть поставщиков;
- макроокружение и политика правительства;
- угроза появления продуктов-заменителей;

270 269. Что из перечисленного относится к фактору конкуренции в модели «конкурентных сил»?

- наличие стабильных финансовых ресурсов фирмы
- степень интенсивности конкуренции в отрасли
- конкурентные преимущества фирмы
- рыночная власть поставщиков
- уровень производительности труда в фирме

271 268. Что из перечисленного не относится к фактору конкуренции в модели «конкурентных сил»?

- рыночная власть потребителей
- новые потенциально возможные конкуренты в отрасли
- конкуренция существующих в отрасли фирм
- конкурентные преимущества фирмы
- угроза появления продуктов-заменителей

272 267. Для чего в стратегическом планировании используется модель «Движущих сил конкуренции» М.Портера?

- для анализа внутренней среды фирмы, а также оценки конкурентных возможностей и потенциала
- для оценки уровня интенсивности конкуренции в отрасли
- для оценки динамики и этапов развития конкуренции на рынке
- для оценки этапов развития конкуренции в отрасли
- для оценки рыночных позиций фирмы в отрасли

273 266. Как по-другому называется модель «Движущих сил конкуренции»?

- пять сил Котлера.
- шесть сил Портера;
- иерархия потребностей Портера;
- пять сил Портера;
- шесть сил Котлера;

274 265. Кто разработал модель «Движущие силы конкуренции»?

- С. Котлер.
- А. Маршалл;
- А. Маслоу;
- М. Портер;
- К. Эндрю;

275 264. Что из перечисленного неверно отражает суть отраслевого анализа?

- Поведение конкурентов будет более агрессивным, если есть очевидные преимущества от большого масштаба фирмы.
- Недостаток прибыли во всей отрасли или среди главных игроков рынка имеет тенденцию делать конкурентное поведение менее предсказуемым.
- Конкурентное поведение будет менее агрессивным при относительно высоких темпах роста отрасли, так как в этом случае каждая компания может увеличивать объемы продаж, без увеличения своей доли рынка
- Конкурентное поведение будет более агрессивным при относительно высоких темпах роста отрасли, так как в этом случае каждая компания может увеличивать объемы продаж, без увеличения своей доли рынка
- Инвестиции приводят к повышению доли постоянных издержек, что при обострении конкуренции по цене может привести к снижению.

276 263. Какой из факторов не несет важное значение при определении основных движущих сил отрасли?

- вход и выход на рынок крупных компаний;
- Влияние законодательных изменений на отрасль.
- переход потребителей от стандартизированных товаров к дифференцированным;

- уровень глобализации отрасли;
- соотношение постоянных и переменных затрат;

277 262. Какие из перечисленных факторов создают возможность выявления основных движущих сил отрасли?

- ни один из перечисленных.
- глобализация в отрасли, изменения общественных ценностей и образа жизни, снижение неопределенности и рисков в бизнесе;
- маркетинговые инновации и переход потребителей от стандартизированных товаров к дифференцированным;
- все перечисленные;
- вход и выход на рынок крупных компаний, влияние изменений в законодательстве, изменения в прибыли и издержках;

278 261. На основе анализа каких факторов определяются основные движущие силы отрасли?

- технологические изменения;
- Изменения в составе потребителей, появление новых способов использования товаров;
- изменения в долговременной скорости роста;
- все перечисленные.
- инновации в продуктах;

279 260. Что не относится к параметрам, определяющим доминирующие экономические характеристики отрасли?

- возможности вступление в отрасль новых фирм.
- Уровень дифференциации продукции;
- Количество фирм в отрасли и их рыночная доля;
- изменения общественных ценностей и образа жизни;
- Характеристика продукции;

280 259. На основе каких параметров анализа определяются доминирующие экономические характеристики отрасли?

- экономия от роста масштабов в отрасли и опыта компании;
- норма прибыли в отрасли;
- темпы развития отрасли;
- все перечисленные.
- уровень постоянных затрат;

281 258. Какой показатель не используется при оценке этапа развития конкуренции в отрасли?

- возможности совершенствования технологий;
- потенциал развития отрасли;
- темпы роста отрасли;
- барьеры входа и выхода из отрасли.
- возможности совершенствования продукции;

282 256. Для чего применяется отраслевой анализ при разработке стратегии развития?

- для определения экономической характеристики власти в отрасли.
- для уточнения количества фирм, желающих выйти из отрасли;
- для определения количества фирм, действующих в отрасли;
- для оценки влияния уровня конкуренции в отрасли на деятельность и развитие фирмы;
- для определения движущих сил отрасли;

283 255. Что такое отрасль экономики?

- Совокупность предприятий, производящих (или добывающих) продукцию, выполняющий работы и оказывающий услуги для удовлетворения общественных потребностей и занимающихся незапрещенным видом экономической деятельности с целью получения дохода
- Совокупность рабочих мест, производящих однородную или специфическую продукцию при использовании однотипных технологий;
- Совокупность отраслей промышленности, производящих однородную или специфическую продукцию при использовании однотипных технологий;
- Совокупность предприятий, производящих однородную или специфическую продукцию при использовании однотипных технологий;
- Хозяйствующий субъект, производящий продукцию в широком ассортименте и номенклатуре, выполняющий работы и оказывающий услуги при использовании разнотипных технологий;

284 254. Что из перечисленного не относится к фактору экологической среды, влияющему на деятельность фирмы?

- реакция общества на экологические процессы;
- изменения, происходящие в законодательстве, регулирующем экологические процессы;
- применение в стране новых экологических требований и стандартов;
- количество загрязненных сточных вод и выхлопных газов, выбрасываемых в окружающую среду в течение года в целом по стране, приходящееся на одного человека
- присоединение страны к международной экологической конвенции;

285 253 К социальным факторам, влияющим на (внешнюю) деятельность фирмы, относятся:

- правовая защита собственности, изменения в гражданском, торговом и инвестиционном законодательстве, налоговый и таможенный режимы, система лицензирования, судебная система.
- динамика ВВП, инфляция, курс национальной валюты, учетная ставка Центрального Банка, динамика занятости, рыночные циклы
- выборы президента страны, парламентские выборы, региональная интеграция, государственное регулирование экономики
- благосостояние общества, изменения в уровне жизни, отношение к труду и отдыху, демографические изменения, религиозные факторы, влияние гражданского общества
- уровень развития НТП, НИОКР, инновации, новая продукция, патенты

286 252. Какие технологические факторы определяют макросреду деятельности фирмы?

- правовая защита собственности, изменения в гражданском, торговом и инвестиционном законодательстве, налоговый и таможенный режимы, система лицензирования, судебная система.
- динамика ВВП, инфляция, курс национальной валюты, учетная ставка Центрального Банка, динамика занятости, рыночные циклы
- выборы президента страны, парламентские выборы, региональная интеграция, государственное регулирование экономики
- уровень развития НТП, НИОКР, инновации, новая продукция, патенты
- благосостояние общества, изменения в уровне жизни, отношение к труду и отдыху, демографические изменения, религиозные факторы, влияние гражданского общества

287 251. Что из перечисленного не относится к требованиям, стоящим перед благоприятной правовой средой для бизнеса?

- независимая и справедливая судебная система.
- равенство всех перед законом;
- преимущество права – регулирование законом всех событий и процессов;
- передача в полномочия исполнительной власти отношений, неурегулируемых законодательством, с целью обеспечения гибкости процессов;
- гарантии неприкосновенности собственности;

288 250. Какие правовые факторы определяют макросреду деятельности фирмы?

- благосостояние общества, изменения в уровне жизни, отношение к труду и отдыху, демографические изменения, религиозные факторы, влияние гражданского общества
- динамика ВВП, инфляция, курс национальной валюты, учетная ставка Центрального Банка, динамика занятости, рыночные циклы

- выборы президента страны, парламентские выборы, региональная интеграция, государственное регулирование экономики
- правовая защита собственности, изменения в гражданском, торговом и инвестиционном законодательстве, налоговый и таможенный режимы, система лицензирования, судебная система.
- уровень развития НТП, НИОКР, инновации, новая продукция, патенты

289 249. Что из перечисленного не относится к фактору экономической среды, влияющему на деятельность фирмы?

- членство во Всемирной Торговой Организации;
- учетная ставка Центрального Банка;
- динамика роста ВВП;
- индекс потребительских цен;
- денежно-кредитная политика.

290 248. Какие экономические факторы определяют макросреду деятельности фирмы?

- изменения в гражданском, торговом и инвестиционном законодательстве, налоговый и таможенный режимы, система лицензирования, судебная система.
- уровень развития НТП, НИОКР, инновации, новая продукция, патенты
- выборы президента страны, парламентские выборы, региональная интеграция, государственное регулирование экономики
- динамика ВВП, инфляция, курс национальной валюты, учетная ставка Центрального Банка, динамика занятости, рыночные циклы
- благосостояние общества, изменения в уровне жизни, отношение к труду и отдыху, демографические изменения, религиозные факторы, влияние гражданского общества

291 247. Что из перечисленного не относится к фактору политической среды, влияющему на деятельность фирмы?

- процессы региональной интеграции и глобализации.
- муниципальные выборы;
- президентские выборы;
- изменения в налоговом и таможенном законодательствах;
- членство во Всемирной Торговой Организации;

292 246. Какие политические факторы определяют макросреду деятельности фирмы?

- изменения в гражданском, торговом и инвестиционном законодательстве, налоговый и таможенный режимы, система лицензирования, судебная система
- уровень развития НТП, НИОКР, инновации, новая продукция, патенты
- динамика ВВП, инфляция, курс национальной валюты, учетная ставка Центрального Банка, динамика занятости, рыночные циклы
- выборы президента страны, парламентские выборы, региональная интеграция, государственное регулирование экономики
- благосостояние общества, изменения в уровне жизни, отношение к труду и отдыху, демографические изменения, религиозные факторы, влияние гражданского общества

293 245. Какой вопроса не задается при анализе макросреды (PESTL) ?

- Как происходящие изменения в доходах и покупательской способности населения могут повлиять на сбыт продукции фирмы?
- Какие основные политические факторы могут оказать влияние на деятельность компании?
- Какие возможности и угрозы для бизнеса создают изменения в политической ситуации?
- Что является основным преимуществом конкурента?
- Каким образом происходящие изменения в экономике могут оказать влияние на перспективы бизнеса?

294 244. Какой буквой обозначается «научно-техническая и технологическая среда» в акрониме PESTLE?

- L.

- E;
- P;
- T;
- S;

295 243. Что подразумевает «P» в акрониме PESTLE?

- социально-культурная среда.
- экономическая среда;
- факторы перспектив среды;
- политическая среда;
- технологическая среда;

296 242. Какой из факторов не является предметом PESTLE-анализа?

- экологическая среда
- экономическая и социальная среда
- политическая и правовая среда
- конкурентная среда
- технологическая среда

297 241. Для чего в процессе стратегического планирования применяется PESTLE-анализ?

- для анализа внутренней среды фирмы, а также оценки конкурентного потенциала и возможностей
- для оценки уровня интенсивности конкуренции в отрасли
- для оценки динамики и этапов развития конкуренции на рынке
- для выявления возможностей и угроз развития фирмы на основе оценки и анализа внешней среды (макросреды) деятельности фирмы
- для изучения конкурентных преимуществ и рыночного поведения конкурентных фирм

298 240. Какой инструмент анализа применяется при оценке и анализе внешней среды (макросреды) деятельности фирмы?

- макроэкономический анализ.
- SNW-анализ;
- SWOT-анализ;
- PESTLE-анализ;
- бенчмаркетинг;

299 239. Внешняя среда (макросреда) деятельности фирмы имеет следующие признаки:

- макросреда создает специфические условия для каждой компании, но компания не может оказывать влияние на эти условия.
- макросреда создает общие условия для всех компаний и носит специфический характер по отношению к каждой компании;
- макросреда создает специфические условия для каждой компании и носит специфический характер по отношению к каждой компании;
- макросреда создает общие условия для всех компаний и не носит специфического характера по отношению к какой-либо компании;
- хотя макросреда создает специфические условия для каждой компании, оно не носит специфического характера по отношению к какой-либо фирме;

300 238 Отметьте фактор, не относящийся к макроэкономическому фактору деятельности фирмы.

- состояние инфраструктуры бизнеса.
- состояние производственной инфраструктуры;
- социально-культурная среда;
- рыночное поведение конкурентов;
- природно-географическая среда;

301 237. Что из перечисленного не относится к факторам макросреды деятельности фирмы?

- научно-техническое и технологическое развитие.
- состояние в области правового регулирования;
- общее состояние экономики страны;
- этапы развития конкуренции в отрасли;
- происходящие в стране политические процессы;

302 368. Какой из элементов не рассматривается при анализе микроокружения?

- технология
- потребители
- конкуренты
- финансовый рынок
- поставщики

303 367. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с квалификацией?

- быстрая доставка
- способность к инновациям
- гарантии покупателя
- эксперты в области технологии
- качество производства

304 365. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с маркетингом?

- качество производства
- быстрая доставка
- способность к инновациям
- эксперты в области технологии
- гарантии покупателя

305 364. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с распределением?

- эксперты в области технологии
- быстрая доставка
- качество производства
- гарантии покупателя
- способность к инновациям

306 363. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с производством?

- эксперты в области технологии
- способность к инновациям
- гарантии покупателя
- быстрая доставка
- качество производства

307 362. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с технологией?

- способность к инновациям
- качество производства
- гарантии покупателя
- эксперты в области технологии
- быстрая доставка

308 361. Что относится к микроокружению фирмы?

- технология
- поставщики
- бизнес-процессы
- стиль организации
- персонал

309 360. Что не относится к факторам внутренней среды фирмы?

- стиль организации
- поставщики
- технология
- бизнес-процессы
- персонал

310 359. Что относится к факторам внутренней среды фирмы?

- финансовый рынок
- технология
- поставщики
- потребители
- конкуренты

311 358. Стратегическая архитектура – это:

- совокупность отмеченных выше элементов
- стратегический план
- план тактических действий
- план развертывания новых функциональных направлений, обретения новых компетенций, перемещения имеющихся
- бизнес-план

312 357. К внешним компетенциям фирмы не относится:

- все ответы верны
- возможности лоббирования своих интересов
- наличие устойчивых связей с поставщиками и потребителями
- хорошо отработанные и эффективные бизнес-процессы (управление проектами, управление качеством, сбыт, маркетинг, планирование, бюджетирование, мотивация персонала и т.д.)
- способность обеспечивать финансирование в требуемом объеме, в кратчайшие сроки и по приемлемой цене

313 356. К внутренним компетенциям фирмы относится:

- все ответы верны
- возможности лоббирования своих интересов
- наличие устойчивых связей с поставщиками и потребителями
- хорошо отработанные и эффективные бизнес-процессы (управление проектами, управление качеством, сбыт, маркетинг, планирование, бюджетирование, мотивация персонала и т.д.)
- способность обеспечивать финансирование в требуемом объеме, в кратчайшие сроки и по приемлемой цене

314 355. К внутренним компетенциям фирмы не относится:

- все перечисленные
- ноу-хау, уникальные технологии, способность создавать конкурентоспособную продукцию
- наличие квалифицированного персонала, который достаточно сложно найти на рынке труда и на подготовку которого требуется значительное время
- возможность лоббирования своих интересов
- хорошо отработанные и эффективные бизнес-процессы (управление проектами, управление качеством, сбыт, маркетинг, планирование, бюджетирование, мотивация персонала и т.д.)

315 354. К внешним компетенциям фирмы относится:

- все перечисленные
- ноу-хау, уникальные технологии, способность создавать конкурентоспособную продукцию
- наличие квалифицированного персонала, который достаточно сложно найти на рынке труда и на подготовку которого требуется значительное время
- возможности лоббирования своих интересов
- хорошо отработанные и эффективные бизнес-процессы (управление проектами, управление качеством, сбыт, маркетинг, планирование, бюджетирование, мотивация персонала и т.д.)

316 353. Амбициозный подход основан на:

- внутренних и внешних компетенциях, динамических способностях фирмы
- оценке темпов роста рынка
- поиске ответов на вопросы, где и как конкурировать
- конкурентной позиции фирмы
- использовании разнообразных моделей, позволяющих тестировать множество вариантов

317 352. Характеристики ключевых компетенций фирмы:

- все перечисленные
- это совокупность определенных ключевых факторов успеха
- это знания, умения и положение фирмы на рынке
- они могут быть применены к действиям фирмы на различных рынках
- они не предоставляют возможность создавать особую ценность для потребителя

318 351. Характеристики ключевых компетенций фирмы:

- все перечисленные
- это знания, умения и положение фирмы на рынке
- они не могут быть применены к действиям фирмы на различных рынках
- их сложно воспроизвести фирмам-конкурентам
- это совокупность определенных ключевых факторов успеха

319 350. Характеристики ключевых компетенций фирмы:

- правильных ответов нет
- это совокупность определенных ключевых факторов успеха
- это знания, умения и положение фирмы на рынке
- они должны предоставлять возможность создавать особую ценность для потребителя
- все перечисленные

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

- проблемный анализ
- SWOT- анализ
- STEP – анализ
- управленческий анализ
- отраслевой анализ

321 348. Центральная компетенция — это ...

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

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

- Э.Уткин
- Б. Карлофф
- М.Портер
- Г. Саймон
- П. Друкер

323 346. Какой из элементов не рассматривается при анализе микроокружения?

- финансовый рынок
- потребители
- поставщики
- технология
- конкуренты

324 345. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с квалификацией?

- способность к инновациям
- быстрая доставка
- качество производства
- эксперты в области технологии
- гарантии покупателя

325 344. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с маркетингом?

- эксперты в области технологии
- быстрая доставка
- качество производства
- гарантии покупателя
- способность к инновациям

326 343. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с распределением?

- эксперты в области технологии
- гарантии покупателя
- качество производства
- быстрая доставка
- способность к инновациям

327 342. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с производством?

- эксперты в области технологии
- гарантии покупателя
- быстрая доставка
- качество производства
- способность к инновациям

328 341. Какие из перечисленных факторов КФУ (ключевых факторов успех связаны с технологией?

- эксперты в области технологии
- быстрая доставка
- качество производства
- способность к инновациям
- гарантии покупателя

329 340. Что относится к микроокружению фирмы?

- бизнес-процессы
- поставщики
- технология
- персонал
- стиль организации

330 339. Что не относится к факторам внутренней среды фирмы?

- бизнес-процессы
- персонал
- технология
- поставщики
- стиль организации

331 338. Что относится к факторам внутренней среды фирмы?

- финансовый рынок
- потребители
- поставщики
- технология
- конкуренты

332 337. Что из перечисленного не связано с анализом организации производства на фирме?

- организация контроля качества.
- экономия на масштабах производства;
- организация системы контроля запасами;
- организация системы коммуникации;
- техническая эффективность и загруженность производственных мощностей;

333 336. Каким методам управленческого влияния отдается предпочтение при формировании организационной культуры фирмы?

- ни одному из перечисленных.
- экономическим методам;
- административным методам;
- социально-психологическим методам;
- всем перечисленным;

334 335. Какой из признаков относится к фирме со слабой организационной культурой?

- имеет такие документы, как этический кодекс, декларация корпоративных ценностей.
- старается объяснить свою философию работникам и другим;
- постоянно отмечает ценность и важность работников фирмы;
- старается в своих выступлениях и публикациях говорить о формальных организационных и качественных аспектах своей деятельности;
- пропагандирует ценности фирмы;

335 334. Какой вопрос не связан с анализом организационной культуры фирмы?

- Как фирма устанавливает взаимосвязь с окружающей средой?
- Как строятся отношения между людьми на фирме?
- Какие способы использует фирма для осуществления конкурентной борьбы?
- Какой у фирмы подход к своим клиентам?
- На сколько широко распространились текучесть и прогулы работников на фирме?

336 333. Что из перечисленного не относится к нематериальным активам, которые могут стать «сильной стороной»?

- мотивированная и энергичная рабочая сила.
- хорошая репутация (авторитет) компании;
- привлекающий имидж торговой марки;
- патенты по важным видам изделий;
- привязанность покупателей (клиенто к фирме);

337 332. Что не относится к «сильной стороне» фирмы?

- ценные организационные ресурсы.
- ценные материальные активы;
- опыт и способности;
- наличие неиспользованных производственных мощностей;
- специализированные и квалифицированные кадры;

338 331. Что из перечисленного неверно отражает суть «нейтральных сторон» фирмы?

- все перечисленное.
- эти стороны примерно уравнивают конкурентные силы фирмы с силами конкурентных компаний;
- они не обеспечивают по сравнению с конкурентом конкурентные преимущества фирме, в то же время не приводят к поражению фирмы в конкурентной борьбе;
- это стороны, не поддающиеся сравнению с конкурентами в виду отсутствия схожих параметров;
- при реализации стратегии в зависимости от ситуации они могут преобразоваться в сильные или стабильные стороны фирмы;

339 330. В каком случае «слабые стороны» ослабляют позиции фирмы?

- при старании фирмы усилиться на новых рынках.
- при продаже продукции;
- всегда;
- это зависит от важности сторон в конкурентной борьбе и способности компенсировать их другими ресурсами фирмы;
- при стремлении усиления позиций фирмы в отрасли;

340 329. Что из перечисленного не относится к «слабым сторонам» фирмы?

- условия, ставящие фирму в неблагоприятную ситуацию;
- недостаточность важных для конкуренции ресурсов;
- отсутствие важных для конкуренции ресурсов;
- более молодая фирма по сравнению с конкурентом.
- деятельность фирмы, отстающая от конкурентов;

341 328. Что подразумевается под «сильными сторонами» фирмы?

- отсутствие простоев в фирме;
- владение фирмой большим количеством финансовых ресурсов в сравнении с конкурентами;
- владение фирмой большим количеством материальных ресурсов в сравнении с конкурентами;
- особенности деятельности фирмы, превосходящей конкурентов или обеспечивающей ей дополнительные конкурентные преимущества.
- укрупнение фирмы в масштабах;

342 327. Как осуществляется сравнение параметров деятельности фирмы при анализе внутренней среды?

- сравнение параметров деятельности фирмы с соответствующими отраслевыми стандартами.
- сравнение нынешних и будущих параметров деятельности фирмы;
- сравнение прошлых и нынешних параметров деятельности фирмы;
- сравнение параметров деятельности фирмы с соответствующими параметрами конкурентов;

- сравнение плановых и отчетных (реальных) параметров деятельности фирмы;

343 326. Что учитывается при анализе внутренней среды фирмы?

- социальная структура покупателей продукции фирмы.
 надежность поставщиков;
 лояльность потребителей к торговым маркам;
 рыночная репутация (авторитет) фирмы;
 территориальная структура покупателей продукции фирмы;

344 325. Какой из параметров учитывается при анализе внутренней среды фирмы?

- уровень рыночной инфраструктуры, используемый фирмой.
 уровень организации «допродажного обслуживания» на фирме;
 послепродажное передвижение товара;
 уровень организации «послепродажного обслуживания» на фирме;
 законодательная база, регулирующая продажу фирмой продукции;

345 324. Что из перечисленного не рассматривается при анализе внутренней среды деятельности фирмы?

- отношение фирмы со стратегическими альянсами.
 отношение фирмы к экономической политике правительства;
 отношения фирмы с органами государственного правления;
 отношение фирмы с профсоюзами;
 корпоративная культура фирмы;

346 323. Что не рассматривается при анализе внутренней среды деятельности фирмы?

- уровень маркетинговой деятельности фирмы;
 уровень организации производства на фирме;
 имидж основных конкурентов фирмы;
 качество персонала фирмы.
 качество менеджмента на фирме;

347 322. Какой из перечисленных параметров используется при анализе внутренней среды фирмы?

- состояние применения новшеств на фирме;
 виды налогов, отчисляемых фирмой;
 научно-техническая политика правительства.
 правовая база, стимулирующая применение новшеств на предприятии;
 технологическая среда деятельности фирмы;

348 321. Что из перечисленного не используется при анализе внутренней среды фирмы?

- рыночная конъюнктура по производимой фирмой продукции;
 уровень применения информационных технологий на предприятии.
 каналы сбыта продукции фирмы;
 структура затрат фирмы;
 качественная характеристика производимой фирмой продукции;

349 320. Какой из перечисленных параметров не используется при анализе внутренней среды фирмы?

- бизнес-стратегии фирмы по конкретным видам деятельности (бизнес ;
 корпоративная (общая) политика фирмы;
 законодательная база, регулирующая хозяйственную деятельность фирмы;
 общее финансовое состояние фирмы.
 организационная структура фирмы;

350 319. Для чего используется SNW анализ?

- для определения ожидаемых возможностей и угроз фирмы;
- для определения по сравнению с конкурентами сильных, слабых и нейтральных сторон фирмы
- для анализа факторов внешней среды фирмы;
- для уточнения финансового потенциала фирмы;
- для оценки эффективности деятельности фирмы.

351 318. Что из перечисленного относится к анализу внутренней среды фирмы?

- SNW-анализ;
- SWOT-анализ.
- бенчмаркетинг;
- PESTLE-анализ;
- макроэкономический анализ;

352 316. Что из перечисленного неверно отражает особенности ключевых компетенций фирмы?

- формирование и совершенствование компетенций – задача низших подразделений управления фирмы;
- ключевая компетенция обеспечивает конкурентное преимущество лишь в том случае, если является уникальной по сравнению с аналогичной компетенцией конкурентов.
- для превращения ключевых компетенций в преимущества, необходимо вложить в их создание больше, чем конкуренты;
- компетенции редко опираются на опыт или деятельность одного направления (чаще возникают как результат синергизм ;
- компетенция шире технологии или одной составляющей ключевой характеристики;

353 315. Что подразумевается под ключевыми компетенциями фирмы?

- сильные и слабые стороны фирмы.
- возможности и ресурсы, дающие конкурентные преимущества компании по сравнению с другими фирмами (конкурентами);
- степень достижения поставленной цели фирмой;
- каким образом и сколько затрат требуется для достижения конечных результатов фирмы;
- факторы, определяющие рыночную долю компании по сравнению с другими фирмами;

354 314. Анализ наличия ресурсов фирмы:

- проводится в форме сравнительного анализа с конкурентными фирмами.
- осуществляется по всем видам имеющихся ресурсов в компании;
- осуществляется только по своим собственным ресурсам;
- осуществляется только по долговым обязательствам;
- осуществляется только по ресурсам в производственной сфере;

355 313. Анализ и оценка ресурсов фирмы состоит из следующего:

- оценка видов ресурсов по факторам, анализ эффективности использования ресурсов.
- анализ наличия ресурсов (количества и качества ресурсов), анализ эффективности и результативности использования ресурсов;
- анализ источников и затрат для получения ресурсов, анализ распределения и движения ресурсов;
- анализ движения и использования ресурсов фирмы, оценка каналов сбыта продукции фирмы;
- анализ наличия ресурсов (количества и качества ресурсов), оценка доступности к ресурсам фирмы, анализ полезности ресурсов;

356 312. Стратегический анализ внутренней среды фирмы состоит из следующего:

- оценка социально-психологического состояния менеджеров и работников, анализ финансового состояния, анализ производственного потенциала, анализ рыночных возможностей.
- анализ и оценка ресурсов фирмы, анализ ключевых компетенций и конкурентных преимуществ фирмы, определение сильных и слабых сторон фирмы

- анализ менеджмента, анализ рабочего персонала, управленческий анализ, финансовый анализ, анализ товарооборота фирмы, анализ социальных отношений
- анализ себестоимости и издержек производства, анализ эффективности производства, анализ ресурсов по источникам, анализ финансовых потоков
- SWOT-анализ, функционально-стоимостной анализ, анализ рентабельности, бенчмаркетинг

357 311. По каким параметрам проводится бенчмаркетинг?

- рыночная доля фирмы, себестоимость, цена и рентабельность продукции;
- по всем перечисленным.
- навыки и умения работников, способности команды менеджеров, характер социальных отношений на предприятии;
- качество и ассортимент продукции, объем и каналы сбыта, послепродажное обслуживание;
- производственные технологии, инновационный потенциал, имидж фирмы, производительность;

358 310. Что из перечисленного неверно отражает суть бенчмаркетинга?

- Бенчмаркетинг может быть применен при сравнительном анализе эффективности работы как фирмы, так и отдельных направлений ее деятельности или структурных подразделений
- Бенчмаркетинг связан с использованием положительного опыта и изучения деятельности передовых компаний (конкурентов на рынке)
- Бенчмаркетинг создает возможности определения слабых мест и факторов успеха фирмы на основе сравнительного анализа соответствующих параметров конкурентных фирм
- Бенчмаркетинг предусматривает подход к другим фирмам отрасли не как к конкурентам, а как к источнику передового опыта
- Бенчмаркетинг создает возможности выявления ожидаемых возможностей и угроз фирмы путем анализа факторов внешней среды деятельности фирмы

359 309 Для чего применяется технология бенчмаркетинга?

- для анализа внутренней среды фирмы, а также оценки потенциала и возможностей конкурентов
- для оценки этапов развития конкуренции в отрасли
- для оценки конкурентного поведения фирмы в отрасли, изучения конкурентных преимуществ и рыночного поведения конкурентных фирм
- для оценки динамики и этапов развития конкуренции на рынке
- для оценки уровня интенсивности конкуренции в отрасли

360 308. Что такое бенчмаркетинг?

- инструмент анализа, применяемый для оценки внутренней среды фирмы;
- сравнительный анализ главных факторов успеха фирмы с соответствующими параметрами фирм-конкурентов;
- сравнительный анализ для оценки интенсивности конкуренции в отрасли.
- инструмент выявления внешних возможностей, обеспечивающих рыночный успех фирме;
- анализ факторов внешней среды фирмы;

361 464. Что из перечисленного характеризует цели фирмы?

- это предназначение фирмы, определение ее роли в обществе
- это смысл существования фирмы
- часть работы, которая должна быть выполнена заранее
- установленным способом в заранее оговоренные сроки
- желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе

362 463. Ответ на вопрос «Как этого можно достичь?» отражает:

- план
- общие долгосрочные цели фирмы
- стратегия
- миссия
- видение

363 462. Ответ на вопрос «Что мы хотим достичь?» отражают:

- миссия
- общие долгосрочные цели фирмы
- план
- стратегия
- видение

364 461. Ответ на вопрос «Для кого и для чего мы?» отражает:

- план
- миссия
- видение
- общие долгосрочные цели фирмы
- стратегия

365 460. Ответ на вопрос «Кто мы?» отражает:

- план
- видение
- миссия
- общие долгосрочные цели фирмы
- стратегия

366 459. На какой вопрос отвечает стратегия?

- кто мы?
- как этого можно достичь?
- где мы находимся сейчас?
- что мы хотим достичь?
- для кого и для чего мы?

367 458. На какой вопрос отвечают общие долгосрочные цели фирмы?

- кто мы?
- что мы хотим достичь?
- где мы находимся сейчас?
- как этого можно достичь?
- для кого и для чего мы?

368 457. На какой вопрос отвечает видение?

- что мы хотим достичь?
- для кого и для чего мы?
- где мы находимся сейчас?
- кто мы?
- как этого можно достичь?

369 456. На какой вопрос отвечает миссия?

- где мы находимся сейчас?
- для кого и для чего мы?
- кто мы?
- что мы хотим достичь?
- как этого можно достичь?

370 455. К каким целям относится строительство или приобретение новых цехов и складских помещений?

- организационные цели
- инновационные цели
- инвестиционные цели
- маркетинговые цели
- финансово-экономические цели

371 454. Какие элементы не включаются в миссию фирмы?

- характеристика рынка
- видение
- внутренняя концепция
- внешний образ фирмы
- описание продуктов

372 . Какие элементы не включаются в миссию фирмы?

- внутренняя концепция
- основная заинтересованная группа
- описание продуктов
- характеристика рынка
- цели фирмы

373 452. Руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы:

- стратегия
- план
- видение
- миссия
- общие долгосрочные цели фирмы

374 451. Какие требования не стоят перед целями в соответствие со SMART-принципом?

- определенные во времени
- согласованные
- измеримые
- абстрактные
- достижимые

375 450. Какие требования не стоят перед целями в соответствие со SMART-принципом?

- согласованные
- измеримые
- конкретные
- не определенные во времени
- достижимые

376 449. Какие факторы не учитываются при выработке миссии?

- отличительные особенности, которыми обладает фирма
- существующий стиль поведения собственников и персонала
- история фирмы
- основные конкуренты фирмы
- состояние внутренней и внешней среды фирмы

377 448. Средство, способ, путь достижения цели, набор правил, которыми руководствуется фирма при принятии управленческих решений:

- план
- видение

- миссия
- стратегия
- общие долгосрочные цели фирмы

378 447. Предназначение фирмы:

- план
- общие долгосрочные цели фирмы
- видение
- миссия
- стратегия

379 446. Образ желаемого будущего:

- план
- цель
- миссия
- видение
- стратегия

380 445. Что из ниже перечисленного неверно?

- при появлении более точной информации может возникнуть вопрос о необходимости первоначальной стратегии
- необходимость в данной стратегии отпадает, как только будут достигнуты соответствующие ей цели
- сформулированная стратегия должна использоваться для разработки проектов методом поиска
- процесс выработки стратегии заканчивается конкретным действием и выработкой направлений, обеспечивающим рост и укрепление позиций фирмы
- в ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все возможности, поэтому используется нечеткая и неточная информация

381 444. К основным стратегическим целям не относятся:

- рост суммы собственного капитала и повышение рыночной стоимости фирмы
- рост суммы прибыли и уровня рентабельности деятельности
- расширение сегмента рынка, охватываемого деятельностью фирмы
- внедрение новых форм организации труда производственного и вспомогательного персонала
- снижение уровня хозяйственных рисков

382 443. Факторы, не учитываемые при разработке миссии:

- существующий стиль поведения собственников и управленческого персонала
- отличительные особенности, которыми обладает фирма
- история фирмы
- наличие входных барьеров
- состояние внешней и внутренней среды

383 442. Что из перечисленного не относится к составляющим миссии?

- описание продуктов
- внутренняя концепция
- философия (базовые взгляды и ценности фирмы)
- важные конкуренты
- внешний образ фирмы

384 441. Что из перечисленного не относится к составляющим миссии?

- цели организации
- характеристика рынка
- описание продуктов

- сроки осуществления
- технология

385 440. Какая из ситуаций не характеризует условия стратегических неожиданностей?

- контрмеры должны быть приняты срочно, но существующий порядок действий на предприятии этого не позволяет сделать
- возникающая проблема ставит новые задачи, не соответствующие прошлому опыту предприятия
- проблема возникает внезапно и вопреки ожиданиям
- все проблемы руководство делит на 4 группы: важные, срочные, неважные и несрочные
- неумение принять контрмеры приводит либо к крупному финансовому ущербу, либо к ухудшению возможностей получения прибыли

386 439. Что из перечисленного не включает миссия организации?

- технология
- стратегическое намерение
- внешний образ компании, ее имидж
- внутренняя концепция
- характеристика рынка

387 438. Что из перечисленного не включает миссия организации?

- цели организации
- технология
- описание продуктов
- основные заинтересованные группы
- характеристика рынка

388 437. Определение миссии в узком понимании:

- четко выраженная общая цель деятельности организации
- цель, для которой организация существует и которая должна быть выполнена в плановом периоде
- предназначение организации, определение ее роли в обществе, экономике
- сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация
- миссия является комплексной целью, она включает как внутренние, так и внешние ориентиры деятельности фирмы

389 436. Строительство или приобретение новых предприятий и складских помещений, реконструкция или модернизация действующих предприятий, формирование эффективного портфеля финансовых инструментов и т.п. – это ... цели:

- организационно-экономические
- финансово-кредитные
- финансовые
- инвестиционные
- инновационные

390 435. Решающее из восьми ключевых пространств установления целей:

- управленческие аспекты
- персонал: выполнение трудовых функций и отношение к работе
- положение на рынке
- доходность (прибыльность)
- ресурсы

391 434. Решающее из восьми ключевых пространств установления целей:

- социальная ответственность
- ресурсы

- инновации, производительность
- доходность (прибыльность)
- управленческие аспекты, персонал: выполнение трудовых функций и отношение к работе

392 433. Стратегия – это:

- предназначение ее бизнеса, роль в обществе
- предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должны быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки
- философия бизнеса, обоснование смысла существования организации
- набор правил, которыми руководствуется фирма при принятии управленческих решений
- конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремиться добиться группа, работая вместе

393 432. Миссия фирмы – это:

- набор правил, которыми руководствуется фирма при принятии управленческих решений
- предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должны быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки
- философия бизнеса, обоснование смысла существования организации
- предназначение ее бизнеса, роль в обществе
- конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремиться добиться группа, работая вместе

394 431. Видение – это:

- набор правил, которыми руководствуется фирма при принятии управленческих решений
- конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремиться добиться группа, работая вместе
- предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должны быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки
- философия бизнеса, обоснование смысла существования организации
- предназначение ее бизнеса, роль в обществе

395 430. Цель организации – это:

- набор правил, которыми руководствуется фирма при принятии управленческих решений
- предписанная работа, серия работ или часть работы, которая должны быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки
- философия бизнеса, обоснование смысла существования организации
- конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремиться добиться группа, работая вместе
- предназначение ее бизнеса, роль в обществе

396 429. По очередности достижения цели делятся на:

- текущие и прогнозные
- конкурирующие, независимые и дополнительные
- большие и малые
- краткосрочные, промежуточные и долгосрочные
- экономические и неэкономические

397 428. Характеристики, которыми должны обладать цели, согласно принципу SMART:

- сопоставимость, гибкость, взаимная поддержка, достижимость, результативность
- конкретность, измеримость, гибкость, взаимная поддержка, результативность
- приемлемость, гибкость, реалистичность, определенность во времени, достижимость
- конкретность, измеримость, согласованность, достижимость, определенность во времени
- реалистичность, приемлемость, сопоставимость, определенность во времени, достижимость

398 427. Одна из характеристик, которой должны обладать цели, согласно принципу SMART:

- реалистичность
- гибкость
- своевременность
- согласованность
- сопоставимость

399 426. Одна из характеристик, которой должны обладать цели, согласно принципу SMART:

- приемлемость
- взаимная поддержка
- сопоставимость
- гибкость
- достижимость

400 425. Одна из характеристик, которой должны обладать цели, согласно принципу SMART:

- взаимосвязь
- результативность
- срочность
- определенность во времени
- сопоставимость

401 424. Одна из характеристик, которой должны обладать цели, согласно принципу SMART:

- взаимная поддержка
- гибкость
- приемлемость
- измеримость
- сопоставимость

402 423 Руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы, не сама цель, а скорее, чувство основной цели фирмы – это:

- план
- тактика
- политика
- видение
- миссия

403 422. Что из перечисленного характеризует цели фирмы?

- это предназначение фирмы, определение ее роли в обществе
- часть работы, которая должна быть выполнена заранее
- это смысл существования фирмы
- желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе
- установленным способом в заранее оговоренные сроки

404 421. Ответ на вопрос «Как этого можно достичь?» отражает:

- план
- видение
- миссия
- стратегия
- общие долгосрочные цели фирмы

405 420. Ответ на вопрос «Что мы хотим достичь?» отражают:

- план
- видение

- миссия
- общие долгосрочные цели фирмы
- стратегия

406 419. Ответ на вопрос «Для кого и для чего мы?» отражает:

- план
- общие долгосрочные цели фирмы
- видение
- миссия
- стратегия

407 418. Ответ на вопрос «Кто мы?» отражает:

- план
- общие долгосрочные цели фирмы
- миссия
- видение
- стратегия

408 417. На какой вопрос отвечает стратегия?

- где мы находимся сейчас?
- для кого и для чего мы?
- кто мы?
- что мы хотим достичь?
- как этого можно достичь?

409 416. На какой вопрос отвечают общие долгосрочные цели фирмы?

- где мы находимся сейчас?
- как этого можно достичь?
- что мы хотим достичь?
- кто мы?
- для кого и для чего мы?

410 415. На какой вопрос отвечает видение?

- для кого и для чего мы?
- кто мы?
- где мы находимся сейчас?
- как этого можно достичь?
- что мы хотим достичь?

411 414. На какой вопрос отвечает миссия?

- как этого можно достичь?
- кто мы?
- для кого и для чего мы?
- что мы хотим достичь?
- где мы находимся сейчас?

412 413. К каким целям относится строительство или приобретение новых цехов и складских помещений?

- организационные цели
- маркетинговые цели
- финансово-экономические цели
- инновационные цели

инвестиционные цели

413 412. Какие элементы не включаются в миссию фирмы?

- характеристика рынка
- описание продуктов
- видение
- внутренняя концепция
- внешний образ фирмы

414 411. Какие элементы не включаются в миссию фирмы?

- описание продуктов
- основная заинтересованная группа
- цели фирмы
- внутренняя концепция
- характеристика рынка

415 410. Руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы:

- план
- видение
- миссия
- общие долгосрочные цели фирмы
- стратегия

416 409. Какие требования не стоят перед целями в соответствии со SMART-принципом?

- определенные во времени
- согласованные
- измеримые
- абстрактные
- достижимые

417 408. Какие требования не стоят перед целями в соответствии со SMART-принципом?

- согласованные
- измеримые
- конкретные
- не определенные во времени
- достижимые

418 407. Какие факторы не учитываются при выработке миссии?

- существующий стиль поведения собственников и персонала
- основные конкуренты фирмы
- отличительные особенности, которыми обладает фирма
- состояние внутренней и внешней среды фирмы
- история фирмы

419 406. Средство, способ, путь достижения цели, набор правил, которыми руководствуется фирма при принятии управленческих решений:

- план
- видение
- миссия
- стратегия
- общие долгосрочные цели фирмы

420 405. Предназначение фирмы:

- план
- общие долгосрочные цели фирмы
- видение
- миссия
- стратегия

421 404. Образ желаемого будущего:

- план
- цель
- миссия
- видение
- стратегия

422 403. Для чего применяется SMART принцип?

- для выбора стратегии
- для определения миссии
- для определения стратегического видения
- для правильной постановки стратегических целей
- для комплексного анализа

423 402. Что из перечисленного не относится к требованиям, стоящим перед целями и задачами?

- сравнимость (сопоставимость).
- определение сроков достижения
- измеримость
- возможность принятия конкурентами
- реальность и достижимость;

424 401. Какое из сопоставлений “Групповые интересы - ожидания” верно?

- кредиторы – обеспечение занятости, оплата труда, довольство работой
- менеджмент фирмы – повышение прибыли, дивидендов, рост капитала и надежность инвестиций
- акционеры (учредители) – премирование, престиж, полномочия
- потребители – качество продукции, уровень обслуживания, цена
- работники фирмы – гарантии возврата процентов, кредита, сумма кредита

425 400. Какое из сопоставлений “Групповые интересы - ожидания” верно?

- кредиторы – гарантии возврата процентов, кредита, сумма кредита
- менеджмент фирмы – премирование, престиж, полномочия
- акционеры (учредители) – повышение прибыли, дивидендов, рост капитала и надежность инвестиций
- все перечисленные
- работники фирмы – обеспечение занятости, оплата труда, довольство работой

426 399. Какое из высказываний не излагается в виде стратегической цели?

- стать самой конкурентоспособной компанией мира
- достичь 20% уровня доходности по акциям
- привлечь 1 миллиард покупателей во всем мире
- достичь хороших финансовых показателей
- завоевать 50% пивного рынка в стране

427 398. Какое из высказываний излагается как стратегическая цель?

- достичь хороших финансовых показателей

- достичь повышения рыночной стоимости акций
- достичь повышения прибыли
- привлечь 1 миллиард покупателей во всем мире
- достичь роста годового дохода

428 397. В чем отражается создание миссией возможностей для более целенаправленного управления организацией?

- в ни в одном из перечисленных
- миссия создает базу в обеспечении общих подходов к распределению ресурсов фирмы и их оценке
- миссия играет базовую роль в определении целей фирмы
- во всем перечисленном
- миссия создает возможности расширения сущности и содержания деятельности работников и широкого применения способов мотивации

429 396. Что неверно отражает суть миссии?

- Миссия создает возможности для более целенаправленного и воздействующего управления
- Миссия содействует фирме при формировании определенного имиджа или ее укреплении во внешней среде
- Миссия создает общее представление о следующих особенностях фирмы во внешней среде: что отражает фирма, к чему стремится, какие средства использует в своей деятельности, какова ее философия и т.д.
- Миссия обобщает фирму с окружающей средой, создает возможности подхода к ней как к элементу общей системы
- Миссия содействует фирме при обеспечении единства внутри нее, формировании корпоративного духа

430 395. Что из перечисленного не может быть миссией фирмы?

- с использованием каких знаний и технологий производится продукция
- изложение обществу, как достичь прибыли
- какая потребность покупателей удовлетворяется
- достижение прибыли
- для кого производится

431 394. Что из перечисленного неверно отражает суть стратегического видения?

- точно сформулированное стратегическое видение – важная основа продолжительного стратегического лидерства
- формирование стратегического видения означает выбор сферы деятельности и путей развития фирмы
- стратегическое видение направляет фирму в будущее, определяет приоритетные потребности покупателей, приоритетные виды деятельности, а также долгосрочные конкурентные позиции фирмы
- стратегическое видение важно для эффективного управления и принятия решений по продукции
- формирование стратегического видения означает уточнение способов достижения целей, стоящих перед фирмой

432 393. Что из перечисленного может быть связано с целями стратегической деятельности фирмы?

- доставка продукции в обусловленные сроки
- сокращение периода разработки новой продукции до ее освоения в производстве
- повышение рыночной доли фирмы
- все перечисленное
- преимущество над конкурентами по качеству продукции, ассортименту и уровню издержек

433 392. Что из перечисленного связано с финансовой деятельностью фирмы?

- лидерство в издержках
- расширение географических границ рынка
- усиление рыночных позиций
- повышение рыночной цены акций
- достижение технологических преимуществ

434 390. Описание какого элемента не предусматривает формирование миссии?

- ни один из перечисленных
- группы покупателей
- спрос покупателей
- суть фирмы
- деятельность, знания и технологии;

435 389. Описание какого элемента предусматривает формирование миссии?

- ни один из перечисленных
- группы покупателей
- спрос покупателей
- все перечисленные
- деятельность, знания и технологии

436 388. Какое из высказываний неверно?

- Миссия – характеристика, отличающая данную фирму от других компаний
- Миссия отражает назначение деятельности фирмы, ее роль в обществе
- Стратегическое видение определяет суть фирмы, «Кто мы?» ответ на этот вопрос является сообщением о фирме обществу
- Миссия определяет сущность фирмы, «Кто мы?» ответ на этот вопрос является сообщением о фирме обществу
- Миссия отражает сущность деятельности фирмы, особенности работы и пути развития фирмы

437 387. Какой из вопросов должен приниматься во внимание при разработке миссии фирмы?

- ни один из перечисленных
- Для кого производит фирма? (Кому?)
- Что производит фирма? (Что?)
- все перечисленные
- Как производит фирма и как доставляет до потребителя? (Как?)

438 386. Для формирования чего целесообразно использование основной идеи, излагающей желаемый образ будущего?

- стратегических целей
- стратегического планирования
- сущности фирмы
- стратегического видения
- миссии

439 387. Какое из высказываний неверно?

- чего собираемся достичь? – показатели и способы оценки
- где мы? – миссия фирмы
- кто мы? – стратегический анализ среды деятельности фирмы
- все перечисленные.
- для кого и для чего существуем? – стратегическое видение фирмы

440 386. Какое из высказываний верно?

- чего собираемся достичь? – стратегические цели и задачи фирмы
- кто мы? – стратегическое видение фирмы
- где мы? – стратегический анализ среды деятельности фирмы
- все перечисленные
- для кого и для чего существуем? – миссия фирмы

441 385. Что определяется на втором этапе стратегического планирования?

- ни один из перечисленных
- стратегическое видение фирмы
- миссия фирмы
- все перечисленное
- цели и задачи фирмы на предстоящий период

442 384. На какой специфический вопрос отвечают стратегические цели и задачи фирмы?

- кто мы?
- для кого существуем?
- для чего мы существуем?
- чего мы собираемся достичь?
- где мы?

443 383. На какой специфический вопрос отвечает миссия фирмы?

- где мы должны находиться?
- насколько мы развиты?
- где мы?
- для кого и для чего существуем?
- кто мы?

444 381. Где излагается суть фирмы?

- стратегическом видении
- содержании миссии;
- миссии фирмы
- стратегическом мышлении
- содержании стратегических целей

445 380. На какие специфические вопросы ищутся ответы на втором этапе стратегического планирования?

- все перечисленные
- кто наши конкуренты?
- каково нынешнее состояние фирмы?
- ни один из перечисленных
- где мы не должны находиться?

446 379. На какие специфические вопросы ищутся ответы на втором этапе стратегического планирования?

- ни один из перечисленных
- для кого и для чего существуем?
- кто мы?
- все перечисленные
- чего собирается достичь?

447 378. На сколько специфических вопросов даются ответы на втором этапе стратегического планирования?

- 5.0
- 2.0
- 1.0
- 3.0
- 4.0

448 377. Что определяет фирма на втором этапе стратегического планирования?

- с какого момента начинается деятельность фирмы
- в каком состоянии находится фирма сейчас
- как осуществлялась деятельность фирмы до сих пор
- чего желает достичь фирма в будущем
- характер отношений фирмы с партнерами

449 376. На каком этапе стратегического планирования находится ответ на вопрос «Чего мы желаем достичь?»

- пятом
- третьем
- первом
- втором
- четвертом

450 375. Стратегические цели фирмы в основном направляются на следующие элементы:

- рабочий персонал, социальная ответственность;
- производительность, прибыльность;
- рыночные позиции, инновации;
- все перечисленные.
- ресурсы, управленческие аспекты;

451 374. Что из перечисленного неверно отражает суть стратегических целей?

- Цель – конечный результат реализации стратегии, а задачи – конечные показатели отдельных (краткосрочных) этапов, необходимых для достижения конечного результата.
- Постановка целей переводит процесс разработки стратегии (разработку стратегического видения и миссии) из теоретической плоскости в практическую;
- Цели – конкретные результаты и итоги, достигаемые в определенные сроки (указанные в стратегии);
- В результате разработки целей целесообразно использование таких неуточненных в количественных и временных рамках терминов, как «достижение максимальной прибыли», «минимизация затрат», «рост объемов продаж»;
- Цели тесно связаны с ценностями и стратегическим видением фирмы;

452 373. Что из перечисленного верно отражает суть миссии?

- Фирма, производящая различную продукцию, имеет миссии в количестве производимой ею продукции.
- Фирмы, производящие одинаковую продукцию и действующие в одной отрасли, имеют единую миссию;
- Две фирмы-производители одинаковой продукции могут иметь одинаковую миссию;
- Миссия носит индивидуальный характер, и каждая фирма имеет собственную миссию;
- Две фирмы, производящие различную продукцию, могут иметь одинаковую миссию;

453 372. Что из перечисленного неверно отражает суть миссии?

- Миссия не должна зависеть от нынешнего состояния фирмы и в ней не должны быть изложены финансовые проблемы предприятия
- В миссии отражается статус предприятия, основные принципы его деятельности, дается наиболее важная хозяйственная характеристика фирмы
- Миссия излагает в концептуальном виде желание движения (деятельности) фирмы в определенном направлении
- В миссии важнейшей целью ставится максимизация прибыли и должны быть точно изложены пути ее достижения
- Миссия отражает критерий будущего развития, показывает, куда направлена деятельность фирмы и чему будет отдаваться предпочтение

454 371. Что такое миссия?

- концептуальное изложение будущего состояния фирмы.
- желаемая цель достижения фирмы;
- желаемый образ будущего;

- концептуальное изложение необходимости существования фирмы;
- концептуальное изложение текущего состояния фирмы;

455 370. Что из перечисленного неверно отражает суть стратегического видения?

- Для его формирования целесообразно использование основной идеи, излагающей желаемый будущий образ.
- Это качественное описание желаемого состояния в ближайшей и отдаленной перспективе;
- Это желаемый образ будущего;
- Конкретный план или программа, отражающая пути достижения желаемого будущего;
- Здесь хронологическое время заменяется социальным временем, а единица времени измеряется не месяцем или днем, а интервалом между двумя состояниями;

456 369. Что такое стратегическое видение?

- концептуальное изложение будущего состояния фирмы.
- концептуальное изложение необходимости существования фирмы;
- желаемая цель достижения фирмы;
- желаемый образ будущего;
- концептуальное изложение текущего состояния фирмы;

457 К ситуационному анализу относится:

- матрица БКГ (Бостонской консультационной группы)
- SWOT – анализ
- SNW – анализ
- PIMS
- отраслевой анализ

458 SWOT-анализ – это:

- анализ возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон организации
- использование стратегического подхода «Роста рынка – конкурентная позиция фирмы»
- группировка факторов внешней среды на четыре вида: политические, экономические, социокультурные и технико-технологические
- метод экстраполяции тенденций
- функционально-стоимостной анализ

459 Что не относится к форме представления результатов ситуационного анализа?

- индикаторы стратегической деятельности
- анализ конкурентной среды
- мнения специалистов
- главные стратегические действия (проблемы), которые компания должна учесть
- заключение относительно конкурентной позиции

460 На какой ступени ситуационного анализа происходит SWOT-анализ?

- 3-й
- 2-й
- 5-й
- 4-й
- 1-й

461 К какой составляющей SWOT-анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы?

- возможности
- угрозы
- сильные стороны и слабые стороны
- сильные стороны

- слабые стороны

462 506. Различия STEP и SWOT анализов:

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

463 505. Понимание термина «угрозы и возможности»:

- художественный образ
- обозначение благоприятных и неблагоприятных тенденций во внешней среде
- в буквальном смысле
- анализ угроз и возможностей — это стандартная процедура в стратегическом управлении
- обозначение благоприятных и неблагоприятных тенденций во внутренней среде

464 504. К ситуационному анализу относится:

- матрица БКГ (Бостонской консультационной группы)
- SNW – анализ
- SWOT – анализ
- PIMS
- отраслевой анализ

465 503. Для чего осуществляется анализ «отвергнутых» стратегий?

- для введения в заблуждение конкурентов с тактической точки зрения.
- для определения мероприятий, обеспечивающих в необходимом случае переход к другой стратегии (т.е. для определения «запасного аэродрома»);
- для определения более дешевой и удобной стратегии;
- для сравнения стоимостей всех альтернативных стратегий;
- для определения более эффективной стратегии;

466 502. Что не относится к этапу «определение критериев выбора стратегии»?

- обоснование и указание причин выбора базовой стратегии;
- оценка (стоимости) затрат на реализацию выбранной стратегии.
- определение условий реализации стратегии;
- определение базовой стратегии достижения цели в нынешних условиях;
- пояснение преимуществ альтернатив выбранной стратегии;

467 500. В чем заключается сущность стратегий, размещаемых в разделе «слабости-угрозы» (W – T) SWOT матрицы?

- минимизация слабых сторон и потенциальных угроз (mini-mini);
- максимальная выгода от сильных сторон и потенциальных возможностей (maxi-maxi);
- максимальная выгода от потенциальных возможностей и минимизация влияния слабых сторон (maxi-mini);
- максимальная выгода от сильных сторон и минимизация влияния потенциальных угроз (maxi-mini);
- максимальная выгода от сильных сторон и потенциальных возможностей и одновременно, минимизация слабых сторон и потенциальных угроз (maxi-maxi-mini-mini).

468 499. В чем заключается сущность стратегий, размещаемых в разделе «силы-угрозы» (S – T) SWOT матрицы?

- максимальная выгода от сильных сторон и потенциальных возможностей и одновременно, минимизация слабых сторон и потенциальных угроз (maxi-maxi-mini-mini).
- минимизация слабых сторон и потенциальных угроз (mini-mini);
- максимальная выгода от сильных сторон и потенциальных возможностей (maxi-maxi);
- максимальная выгода от сильных сторон и минимизация влияния потенциальных угроз(maxi-mini);
- максимальная выгода от потенциальных возможностей и минимизация влияния слабых сторон (maxi-mini);

469 498. В чем заключается сущность стратегий, размещаемых в разделе «силы-возможности» (S – O) SWOT матрицы?

- максимальная выгода от сильных сторон и потенциальных возможностей и одновременно, минимизация слабых сторон и потенциальных угроз (maxi-maxi-mini-mini).
- максимальная выгода от потенциальных возможностей и минимизация влияния слабых сторон (maxi-mini);
- минимизация слабых сторон и потенциальных угроз (mini-mini);
- максимальная выгода от сильных сторон и потенциальных возможностей (maxi-maxi);
- максимальная выгода от сильных сторон и минимизация влияния потенциальных угроз(maxi-mini);

470 497. Что считается потенциальной угрозой внешней среды фирмы?

- слабая репутация фирмы.
- увеличение текучести и прогулов работниками;
- низкий уровень трудового распорядка на фирме;
- повышение процентной ставки кредита;
- повышение неопределенности в поведении фирмы;

471 496. Что из перечисленного нельзя отнести к потенциальным угрозам внешней среды фирмы?

- слабость договорного порядка сторонних компаний.
- усиление ограничительной политики правительства по отношению к отрасли;
- снижение покупательской способности населения;
- причисление развития отрасли в приоритеты экономической политики правительства;
- распространение чиновнического беспредела и коррупции;

472 495. Что не относится к потенциальным угрозам внешней среды фирмы?

- усложнение условий поставщиков.
- обострение конкуренции в отрасли;
- увеличение продаж продуктов-заменителей;
- выход из рынка иностранных компаний;
- преодоление барьеров входа на рынок продукции;

473 494. Что из перечисленного относится потенциальным возможностям внешней среды фирмы?

- обременяющие условия налогового законодательства.
- переход компании в двухсменный рабочий режим;
- приобретение компанией более производительной технологии;
- включение в законодательство механизма инвестиционного налогового кредита;
- благоприятные отношения компании с государственными структурами;

474 493. Что не относится к потенциальным возможностям внешней среды фирмы?

- снятие барьеров выхода на внешние рынки;
- тенденция длительного снижения Центральным Банком учетной ставки;
- благие намерения конкурентов;
- нарушение макроэкономической стабильности.
- ограничительные законодательные нормы;

475 492. Что из перечисленного не относится к потенциальным возможностям внешней среды фирмы?

- государственное стимулирование инновационной деятельности фирм.
- создание возможностей выхода на новые рынки;
- повышение покупательской способности населения;
- инновационный опыт;
- включение производимой фирмой продукции в государственные заказы;

476 491. Что можно отнести к слабой стороне фирмы?

- усложнение получения кредитных ресурсов.
- наличие товаров-заменителей производимой фирмой продукции;
- ненадежность клиентов;
- более высокие затраты на производство по сравнению с конкурентами;
- ухудшение условий поставщиков;

477 490. Что из перечисленного нельзя отнести к слабым сторонам фирмы?

- устаревшее оборудование и технологический парк.
- отсутствие инновационного опыта;
- отсутствие аналитической информации о покупателях;
- отсутствие квалифицированных кадров на рынке труда;
- слабый канал сбыта;

478 489. Что не относится к слабым сторонам фирмы?

- отсутствие гибкости при принятии управленческих решений.
- ограниченные финансовые возможности;
- неточности в должностных полномочиях;
- снижение покупательской способности клиентов;
- высокие по сравнению с конкурентами затраты производства;

479 488. Что является сильной стороной фирмы?

- включение производимой фирмой продукции в государственные заказы.
- повышение покупательской способности клиентов;
- выгодная конъюнктура рынка труда;
- управленческий опыт менеджеров;
- снижение кредитных ставок;

480 487. Что из перечисленного не относится к сильным сторонам фирмы?

- опытные и способные кадры.
- экономия на масштабе производства;
- опыт обращения с клиентами;
- снижение барьеров входа на рынок; bazara giriş maneələrinin azalması;
- компетентная рекламная компания;

481 486. Что нельзя отнести к сильным сторонам фирмы?

- инновационный опыт;
- точно определенные полномочия;
- престижная торговая марка и репутация компании;
- широкая база клиентов.
- стабильное и твердое финансовое состояние;

482 485. Какого этапа SWOT анализа не существует?

- утверждение стратегии.
- анализ "отвергнутых" стратегий;
- формулировка критериев выбора стратегии;

- разьянение работникам фирмы SWOT матрицы;
- примерная оценка стоимости выбранной стратегии;

483 484. Что не относится к этапам SWOT анализа?

- формирование матрицы SWOT.
- определение;
- определение цели SWOT анализа;
- отстранение от анализа сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, не представляющих важное значение;
- ранжирование;

484 483. Что из перечисленного неверно отражает суть SWOT элементов?

- фирма может повлиять и контролировать свои сильные и слабые стороны;
- возможности и угрозы являются характеристикой внешней среды фирмы;
- сильные и слабые стороны являются внутренней характеристикой компании;
- фирма может повлиять и контролировать возможности и угрозы.
- сильные и слабые стороны станут считаться таковыми, когда такими их примут покупатели и конкуренты;

485 483. Что из перечисленного не относится к методологическим требованиям, стоящим перед SWOT анализом?

- необходимо избегать неточных и многозначных фактов.
- такой анализ должен быть сфокусирован на конкретной цели;
- цель и охватываемые направления такого анализа должны быть точно определены;
- должно быть использовано возможно мало (минимум) информации;
- должны быть точно уснены различия между SWOT элементами;

486 482. На какой вопрос дается ответ в разделе «слабости - возможности» (W – O) SWOT матрицы?

- возможно ли устранение слабых сторон и ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели этими сильными сторонами и потенциальными возможностями?
- возможно ли устранение ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение целей, стоящих перед этими сильными сторонами?
- возможно ли достижение поставленной цели при использовании потенциальных возможностей этих сильных сторон?
- мешают ли эти слабые стороны пользоваться потенциальными возможностями при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?
- мешают ли эти слабые стороны обходить оживаемые угрозы при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?

487 481. На какой вопрос дается ответ в разделе «силы - угрозы» (S – T) SWOT матрицы?

- возможно ли устранение слабых сторон и ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели этими сильными сторонами и потенциальными возможностями?
- возможно ли устранение ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение целей, стоящих перед этими сильными сторонами?
- возможно ли достижение поставленной цели при использовании потенциальных возможностей этих сильных сторон?
- мешают ли эти слабые стороны пользоваться потенциальными возможностями при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?
- мешают ли эти слабые стороны обходить оживаемые угрозы при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?

488 480. На какой вопрос дается ответ в разделе «слабости - угрозы» (W – T) SWOT матрицы?

- возможно ли устранение слабых сторон и ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели этими сильными сторонами и потенциальными возможностями?
- возможно ли устранение ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение целей, стоящих перед этими сильными сторонами?

- возможно ли достижение поставленной цели при использовании потенциальных возможностей этих сильных сторон?
- мешают ли эти слабые стороны обходить оживаемые угрозы при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?
- мешают ли эти слабые стороны пользоваться потенциальными возможностями при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?

489 479. На какой вопрос дается ответ в разделе «силы-возможности» (S – O) SWOT матрицы?

- возможно ли устранение слабых сторон и ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели этими сильными сторонами и потенциальными возможностями?
- мешают ли эти слабые стороны пользоваться потенциальными возможностями при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?
- возможно ли устранение ожидаемых угроз при осуществлении деятельности, направленной на достижение целей, стоящих перед этими сильными сторонами?
- возможно ли достижение поставленной цели при использовании потенциальных возможностей этих сильных сторон?
- мешают ли эти слабые стороны обходить оживаемые угрозы при осуществлении деятельности, направленной на достижение цели?

490 478. Какие организации могут использовать SWOT анализ при разработке стратегии?

- все перечисленные.
- некоммерческие организации;
- государственные и правительственные структуры;
- коммерческие; фирмы
- общественные организации;

491 477. В каком разделе SWOT матрицы размещаются факторы внутренней среды, отрицательно влияющие на деятельность фирмы?

- ни в одном.
- в разделе «Возможности»;
- в разделе «Сильные стороны»;
- в разделе «Слабые стороны»;
- в разделе «Угрозы»;

492 476. В каком разделе SWOT матрицы размещаются факторы внешней среды, положительно влияющие на деятельность фирмы?

- ни в одном.
- в разделе «Слабые стороны»;
- в разделе «Сильные стороны»;
- в разделе «Возможности»;
- в разделе «Угрозы»;

493 475. В каком разделе SWOT матрицы размещаются факторы внешней среды, отрицательно влияющие на деятельность фирмы?

- ни в одном.
- в разделе «Слабые стороны»;
- в разделе «Сильные стороны»;
- в разделе «Угрозы»;
- в разделе «Возможности»;

494 473. В каком разделе SWOT матрицы размещаются общие факторы, нейтрально влияющие на деятельность фирмы?

- в разделе «Угрозы»;
- в разделе «Слабые стороны»;
- в разделе «Сильные стороны»;

- ни в одном.
- в разделе “Возможности”;

495 472. Что не относится к разделам SWOT матрицы?

- факторы внешней среды, отрицательно влияющие на деятельность фирмы;
- факторы внутренней среды, отрицательно влияющие на деятельность фирмы;
- факторы внутренней среды, положительно влияющие на деятельность фирмы;
- общие факторы, нейтрально влияющие на деятельность фирмы.
- факторы внешней среды, положительно влияющие на деятельность фирмы;

496 471. Что такое SWOT анализ?

- методологический инструмент для выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз на основе сравнения ключевых факторов успеха с соответствующими параметрами конкурентных фирм.
- методологический инструмент для выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития фирмы на основе анализа и оценки внутренней деятельности фирмы;
- методологический инструмент для выявления сильных и слабых сторон развития фирмы, возможных угроз на основе анализа и оценки внешней среды деятельности фирмы;
- методологический инструмент, применяемый для целенаправленной систематизации факторов, исходящих из анализа внешней и внутренней среды, связанных с перспективами развития фирмы, и выбор на их основе стратегии развития фирмы;
- методологический инструмент для выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития фирмы на основе анализа и оценки тех отраслей и рынка, где действует фирма;

497 470. Какой инструмент анализа применяется при комплексной оценке и анализе внутренней и внешней среды деятельности фирмы?

- макроэкономический анализ.
- SNW-анализ;
- PESTLE-анализ;
- SWOT-анализ;
- бенчмаркетинг;

498 469. С какого года применяется технология SWOT анализа в своей последней модели?

- с 1967 года.
- с 1963 года;
- с 1960 года ;
- с 1965 года;
- с 1964 года;

499 468. Когда впервые была представлена модель SWOT анализа?

- в 1967 году.
- в 1964 году;
- в 1960 году;
- в 1963 году;
- в 1965 году;

500 467. В какой форме представлена модель SWOT?

- в табличной форме.
- в виде формулы;
- в форме соотношения;
- в матричной форме;
- в индексной форме;

501 466. Что из перечисленного не включается в акроним SWOT?

- угрозы.
- слабые стороны;
- сильные стороны;
- нейтральные стороны;
- возможности;

502 465. Кто впервые предложил модель SWOT анализа?

- С. Коттлер.
- Е. Леранед;
- А. Маслоу;
- К. Эндрью;
- М. Портер;

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

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

504 Что относится к стратегии на стадии зарождения отрасли?

- стратегия расширения рынка для получения более высокой прибыли
- стратегия развития сбытовой сети
- стратегия «снятия сливок»
- стратегия низких издержек
- стратегия стабилизации прибыли

505 Что не относится к стратегии на стадии зрелости отрасли?

- стратегия «снятия сливок»
- стратегия развития сбытовой сети
- стратегия стабилизации прибыли
- стратегия расширения рынка для получения более высокой прибыли
- стратегия низких издержек

506 Что относится к стратегии на стадии зрелости отрасли?

- оборонительная стратегия
- стратегия низких издержек
- наступательная стратегия
- стратегия «снятия сливок»
- стратегия формирования фирменной торговой марки (бренда)

507 Что не относится к стратегии на стадии зарождения отрасли?

- оборонительная стратегия
- стратегия низких издержек
- наступательная стратегия
- стратегия формирования фирменной торговой марки (бренда)
- стратегия «снятия сливок»

508 Что относится к стратегии на стадии спада отрасли?

- стратегия «снятия сливок»
- стратегия выхода на международные рынки
- стратегия развития сбытовой сети

- наступательная стратегия
- стратегия неотступного следования за лидером

509 Что не относится к стратегии на стадии спада отрасли?

- стратегия «снятия сливок»
- стратегия поиска рыночных ниш или сегментов сохранившегося устойчивого спроса
- стратегия «сбора урожая»
- стратегия внедрения технологических и организационных инноваций, чтобы поднять эффективность производства
- стратегия выхода на международные рынки

510 Что относится к стратегии на стадии зрелости отрасли?

- стратегия поиска рыночных ниш или сегментов сохранившегося устойчивого спроса
- стратегия «сбора урожая»
- стратегия выхода на международные рынки
- стратегия развития сбытовой сети
- наступательная стратегия

511 Что относится к стратегии на стадии зарождения отрасли?

- наступательная стратегия
- стратегия «сбора урожая»
- стратегия поиска рыночных ниш или сегментов сохранившегося устойчивого спроса
- стратегия выхода на международные рынки
- стратегия развития сбытовой сети

512 Что не относится к стратегическим рискам в зрелых отраслях?

- попытка гарантировать конкурентное преимущество в сферах бизнеса и товарных группах будущего
- концентрация на получение краткосрочной прибыли
- создание избыточных мощностей
- попытки компании достичь преимущества одновременно по издержкам, за счет дифференциации и на основе сфокусированной стратегии
- запаздывание в адаптации своих компетенций

513 Что не относится к наиболее эффективным стратегиям в формирующихся отраслях?

- стратегия формирования фирменной торговой марки (бренда)
- стратегия инноваций
- захват наиболее емкой потребительской ниши, чтобы таким образом использовать эффект масштаба и успешно противодействовать конкурентам
- стратегия «снятия сливок»
- совершенствование деятельности (значительные изменения в управлении, улучшение качества выпускаемой продукции)

514 Наиболее эффективные стратегии в формирующихся отраслях:

- дезинформации конкурентов, способствование их массовому выходу из отрасли
- стратегия «сбора урожая» (управляемого сокращения инвестиций с целью максимизации потока доходов)
- стратегия инноваций
- совершенствование деятельности (значительные изменения в управлении, улучшение качества выпускаемой продукции)
- поиска рыночных ниш или сегментов сохранившегося спроса

515 Что относится к стратегии компаний в сегментированных отраслях?

- стратегия активной обороны
- создание стандартных подразделений компании

- стратегия отличительного имиджа
- все ответы верны
- стратегия превосходящего качества

516 Что не относится к стратегии компаний в сегментированных отраслях?

- товарная специализация
- стратегия превосходящего качества
- создание стандартных подразделений компании
- завоевание лидерства по издержкам
- потребительская специализация

517 Что не относится к стратегии выхода из кризиса?

- распродажа части активов для получения наличных средств и спасения оставшейся части бизнеса
- принятие комплексных мер для резкого увеличения доходов
- сокращение издержек
- устранение пробелов в технических или производственных навыках и опыте пересмотр текущей стратегии
- придание товару тех свойств, за которые потребитель согласен платить; повышение цены товара для покрытия издержек дифференциации

518 Что не относится к стратегиям для компаний – преследователей?

- стратегия демонстрации силы
- стратегия отличительного имиджа
- стратегия роста за счет поглощения конкурентов
- стратегия специализации
- наступательная стратегия для захвата доли рынка

519 Что из перечисленного не относится к стратегическим рискам для быстро растущих компаний?

- попытки компании достичь преимущества одновременно по издержкам, за счет дифференциации и на основе сфокусированной стратегии
- концентрация усилий на среднесрочных и долгосрочных стратегических инициативах
- запаздывание в адаптации своих компетенций
- попытка гарантировать конкурентное преимущество в сферах бизнеса и товарных группах будущего
- концентрация на получение краткосрочной прибыли

520 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию оптимальных издержек:

- большая доля рынка
- узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом
- придание товару отличительных свойств, которые важны для покупателя
- совместное использование ресурсов бизнес-единицами
- чувствительные к потребительской ценности покупателя

521 Условия, в которых целесообразно компании выбирать стратегию лидерства по издержкам:

- стандартный или предназначенный для широкого потребителей товар
- отрасль отличается стремительностью технологических и инновационных процессов, и конкуренция идет по быстро меняющимся свойствам товара
- новички на рынке повышают цены для привлечения покупателей и создания клиентской базы
- наблюдается слабая конкуренция по цене
- потребности покупателей и способы использования товара разнообразны

522 Стратегическая цель компании, реализующей сфокусированные стратегии на базе низких издержек и широкой дифференциации:

- большая доля рынка

- совместное использование ресурсов бизнес-единицами
- придание товару отличительных свойств, которые важны для покупателя
- чувствительные к потребительской ценности покупателя
- узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом

523 Тип конкурентного преимущества, который достигается компанией при реализации стратегии оптимальных издержек:

- лидерство по издержкам
- предложение продукции, отличной от продукции других конкурентов
- придание товару специфических свойств, ценных в глазах покупателей данного сегмента
- лидерство по издержкам в обслуживаемой нише рынка
- больше потребительской ценности за ту же цену

524 Стратегия первопроходца приносит успех, если:

- потребности покупателей и способы использования товара разнообразны
- все перечисленное
- публичные заявления руководства компании свидетельствуют о намерении любой ценой сохранить свою долю рынка
- устранены пробелы в технических или производственных навыках и опыте
- первопроходец получает уникальный имидж и репутацию у покупателей

525 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию инноваций:

- совместное использование ресурсов бизнес-единицами
- большая доля рынка
- создание принципиально новых товаров или технологий
- чувствительные к потребительской ценности покупателя
- узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом

526 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию синергетизма:

- узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом
- придание товару отличительных свойств, которые важны для покупателя
- большая доля рынка
- совместное использование ресурсов бизнес-единицами
- создание принципиально новых товаров или технологий

527 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию фокусирования:

- узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом
- создание принципиально новых товаров или технологий
- большая доля рынка
- придание товару отличительных свойств, которые важны для покупателя
- совместное использование ресурсов бизнес-единицами

528 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию дифференциации:

- придание товару отличительных свойств, которые важны для покупателя
- большая доля рынка
- создание принципиально новых товаров или технологий
- совместное использование ресурсов бизнес-единицами
- узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом

529 Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам:

- большая доля рынка
- создание принципиально новых товаров или технологий
- совместное использование ресурсов бизнес-единицами
- узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно отличаются от господствующих на рынке в целом
- придание товару отличительных свойств, которые важны для покупателя

530 Что не относится к цели объединения компаний в стратегические союзы?

- сотрудничество в сфере технологий
- правильных ответов нет
- все перечисленные
- обладание реальной возможностью эффективно управлять общими и административными издержками при увеличении количества звеньев цепочки ценностей
- увеличение окупаемости инвестиций, гибкости и адаптационных возможностей компании

531 Стратегия глобализма основана на:

- стандартизации товара и использовании мирового маркетинга
- системе продвижения товара на рынок
- полностью тождественной стратегии внешнеэкономической деятельности
- фрагментарной деятельности предприятий отрасли
- стандартизации товара и стандартизации рекламы

532 Поле возможных стратегий Д.Абея предлагает:

- ряд стратегий для рынка, находящегося на стадии зрелости
- стратегии, в зависимости от количества конкурентных преимуществ и способов их реализации
- определять область бизнеса в трех измерениях: сегменты рынка, потребности покупателей, технологии
- стратегию совершенствования деятельности в качестве одной из стратегий
- ряд стратегий для сегментов матрицы «пат», «объем», «специализация», «фрагментация»

533 Портфельная матрица Ансоффа «товар – рынок» предлагает:

- стратегию совершенствования деятельности в качестве одной из стратегий
- определять область бизнеса в трех измерениях: сегменты рынка, потребности покупателей, технологии
- стратегии, в зависимости от количества конкурентных преимуществ и способов их реализации
- ряд стратегий для сегментов матрицы «пат», «объем», «специализация», «фрагментация»
- ряд стратегий для рынка, находящегося на стадии зрелости

534 Что не относится к возможным стратегиям роста по товарам/рынкам в матрице И.Ансоффа?

- диверсификация
- стратегия развития рынка
- товарная экспансия
- совершенствование деятельности
- реклама

535 Содержание портфельной стратегии включает:

- многообразное использование различного рода ресурсов фирмы материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.
- все отмеченное выше
- использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации
- решения о слиянии, приобретении, вхождении в другие интеграционные структуры
- использование технологий по принципу «двойного назначения»

536 Содержание портфельной стратегии включает:

- использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации
- решения о слиянии, приобретении, вхождении в другие интеграционные структуры
- все отмеченное выше
- использование технологий по принципу «двойного назначения»
- расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных видов деятельности

537 Стратегия оперативного реагирования нацелена на:

- получение конкурентных преимуществ за счет соединения двух или большего числа бизнес-единиц в одних руках
- достижение успеха посредством быстрого реагирования на изменения во внешней среде
- придание продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
- приобретение конкурентных преимуществ с помощью создания принципиально новых товаров или технологий или удовлетворения потребностей новым способом
- специализацию на нуждах различных сегментов рынка, строящаяся без стремления обхватить весь рынок

538 Стратегия инноваций нацелена на:

- получение конкурентных преимуществ за счет соединения двух или большего числа бизнес-единиц в одних руках
- приобретение конкурентных преимуществ с помощью создания принципиально новых товаров или технологий или удовлетворения потребностей новым способом
- обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами
- придание продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
- специализацию на нуждах различных сегментов рынка, строящаяся без стремления обхватить весь рынок

539 Стратегия фокусирования нацелена на:

- специализацию на нуждах различных сегментов рынка, строящаяся без стремления обхватить весь рынок
- наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов
- получение конкурентных преимуществ за счет соединения двух или большего числа бизнес-единиц в одних руках
- придание продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
- обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами

540 Стратегия синергетизма нацелена на:

- создание более выгодного имиджа организации, рекламной марки продукта (то есть брэнда)
- получение конкурентных преимуществ за счет соединения двух или большего числа бизнес-единиц в одних руках
- обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами
- придание продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
- наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов

541 Стратегия дифференциации нацелена на:

- обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами
- придание продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
- получение конкурентных преимуществ за счет соединения двух или большего числа бизнес-единиц в одних руках
- создание более выгодного имиджа организации, рекламной марки продукта (то есть брэнда)

- наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов

542 Стратегия минимизации издержек (лидерства по издержкам) нацелена на:

- обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами
- придание продукту-товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
- получение конкурентных преимуществ за счет соединения двух или большего числа бизнес-единиц в одних руках
- создание более выгодного имиджа организации, рекламной марки продукта (то есть брэнда)
- наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов

543 Что не относится к стратегии достижения конкурентных преимуществ?

- стратегия поведения в конкурентной среде
- стратегия синергетизма
- стратегия оперативного реагирования
- стратегия фокусирования
- лидерство в минимизации издержек

544 Что предполагает стратегия конкурентного поведения фрагментарных фирм?

- охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов
- разработку и использование стандартных услуг
- активную атаку на лидера
- поиск и захват тех мест на рынке, которые не вызывают интереса или временно не заняты конкурентами
- реализацию стратегий инноваций

545 Что предполагает стратегия конкурентного поведения фирм, знающих свое место на рынке?

- поиск и захват тех мест на рынке, которые не вызывают интереса или временно не заняты конкурентами
- разработку и использование стандартных услуг
- охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов
- реализацию стратегий инноваций
- активную атаку на лидера

546 Что предполагает стратегия конкурентного поведения лидера на рынке?

- разработку и использование стандартных услуг
- реализацию стратегий инноваций
- активную атаку на лидера
- поиск и захват тех мест на рынке, которые не вызывают интереса или временно не заняты конкурентами
- охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов

547 Что предполагает стратегия конкурентного поведения фирмы, бросающей вызов рыночному окружению?

- охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов
- активную атаку на лидера
- поиск и захват тех мест на рынке, которые не вызывают интереса или временно не заняты конкурентами
- реализацию стратегий инноваций
- разработку и использование стандартных услуг

548 Что предполагает стратегия конкурентного поведения последователя за лидером?

- охрану своей доли рынка, удержание своих клиентов
- разработку и использование стандартных услуг
- реализацию стратегий инноваций

- поиск и захват тех мест на рынке, которые не вызывают интереса или временно не заняты конкурентами
- активную атаку на лидера

549 Что из перечисленного не относится к критерию действительно эффективной стратегии фирмы?

- уникальность
- будущая неопределенность как стратегическая возможность
- гибкая адекватность
- ситуационность
- взаимодополняемость

550 Что из перечисленного не относится к критерию действительно эффективной стратегии фирмы?

- системность
- будущая неопределенность как стратегическая возможность
- уникальность
- ситуационность
- ментальная правильность разрабатываемой стратегии

551 К функциональным стратегиям относятся:

- матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKinsey – General Electric, матрица фирмы Arthur D.Little, матрица И.Ансоффа, проект PIMS
- стратегия лидера, позиция бросающего вызов рыночному окружению, стратегия последователя, позиция знающего свое место на рынке
- стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия
- товарно-маркетинговая стратегия, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия управления персоналом, стратегия научно-технического развития
- стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия инноваций

552 К функциональным стратегиям относятся:

- стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия инноваций
- матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKinsey – General Electric, матрица фирмы Arthur D.Little, матрица И.Ансоффа, проект PIMS
- товарно-маркетинговая стратегия, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия управления персоналом, стратегия научно-технического развития
- стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия
- стратегия лидера, позиция бросающего вызов рыночному окружению, стратегия последователя, позиция знающего свое место на рынке

553 К портфельным стратегиям относятся:

- товарно-маркетинговая стратегия, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия управления персоналом, стратегия научно-технического развития
- стратегия лидера, позиция бросающего вызов рыночному окружению, стратегия последователя, позиция знающего свое место на рынке
- стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия
- матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKinsey – General Electric, матрица фирмы Arthur D.Little, матрица И.Ансоффа, проект PIMS
- стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия инноваций

554 К отраслевым стратегиям относятся:

- товарно-маркетинговая стратегия, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия управления персоналом, стратегия научно-технического развития
- стратегии на стадии зарождения отрасли, стратегии на стадии зрелости, стратегии на этапе спада отрасли
- стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия

- стратегия лидера, позиция бросающего вызов рыночному окружению, стратегия последователя, позиция знающего свое место на рынке
- стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия инноваций

555 К стратегиям поведения в конкурентной среде относятся:

- товарно-маркетинговая стратегия, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия управления персоналом, стратегия научно-технического развития
- стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия инноваций
- стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия
- стратегия лидера, позиция бросающего вызов рыночному окружению, стратегия последователя, позиция знающего свое место на рынке
- матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKinsey – General Electric, матрица фирмы Arthur D. Little, матрица И. Ансоффа, проект PIMS

556 К стратегиям достижения конкурентных преимуществ относятся:

- товарно-маркетинговая стратегия, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия управления персоналом, стратегия научно-технического развития
- стратегия лидера, позиция бросающего вызов рыночному окружению, стратегия последователя, позиция знающего свое место на рынке
- стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия
- стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия инноваций
- матрица Бостонской консультационной группы, матрица McKinsey – General Electric, матрица фирмы Arthur D. Little, матрица И. Ансоффа, проект PIMS

557 Что из перечисленного не относится к классификационному признаку систематизации стратегий?

- базовая концепция достижения конкурентных преимуществ
- относительная сила отраслевой позиции организации
- стадия жизненного цикла отрасли
- уровень принятия решений
- степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе

558 Что из перечисленного не относится к классификационному признаку систематизации стратегий?

- базовая концепция достижения конкурентных преимуществ
- относительная сила отраслевой позиции организации
- стадия жизненного цикла отрасли
- организационная структура управления
- степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе

559 К каким стратегиям относится стратегия управления персоналом?

- деловым
- корпоративным
- базовым
- функциональным
- операционным

560 Что относится к критерию успешной стратегии?

- внутренняя согласованность составляющих
- быстрая реакция конкурентов
- гибкость
- эффективность
- полнота охвата всех ключевых аспектов деятельности

561 Что относится к критерию успешной стратегии?

- допустимая степень риска
- полнота охвата всех ключевых аспектов деятельности
- наличие альтернативных вариантов
- конкурентное преимущество
- внутренняя согласованность составляющих

562 Что относится к критерию успешной стратегии?

- гибкость
- внутренняя согласованность составляющих
- полнота охвата всех ключевых аспектов деятельности
- соответствие среде
- допустимая степень риска

563 В основе классификаций стратегий используются следующие классификационные признаки:

- базовая концепция достижения конкурентных преимуществ
- относительная сила отраслевой позиции организации
- стадия жизненного цикла отрасли
- совокупность этих и других классификационных признаков
- степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе

564 В чем может проявиться эффект синергетизма фирмы?

- в повышении производительности фирмы
- в повышении производительности фирмы и получении фирмой новых уникальных свойств продукции
- получении фирмой новых уникальных свойств продукции
- в снижении затрат (снижении цены продукции)
- все перечисленные

565 Что дает особое конкурентное преимущество фирме, применяющей стратегию синергетизма?

- присоединение к фирме других предприятий
- умение распределять эффект синергетизма
- наличие фирмой большого ресурсного потенциала
- умение управлять эффектом синергетизма
- степень повторяемости эффекта синергетизма

566 Что из перечисленного можно считать наиболее важной задачей управления инновационными процессами?

- обеспечение необходимых затрат для реализации технологического потенциала новшества
- обеспечение соответствия экономического потенциала новшества с его технологическим потенциалом
- обеспечение соответствия технологического потенциала новшества с его экономическим потенциалом
- обеспечение оптимального соответствия технологического потенциала новшества с его экономическим потенциалом
- полная реализация технологического потенциала новшества с его экономическим потенциалом

567 Какое из высказываний относительно фирм, применяющих стратегию фокусирования, неверно?

- фирме приходится выбрать данную стратегию при столкновении с входными барьерами в отрасли или на рынке
- фирма может лучше видеть и оценить все возможности сфокусированного сегмента на более узком рынке
- фирме приходится выбирать данную стратегию при нехватке ресурсов
- такая фирма может лучше видеть и оценить все возможности отрасли при фокусировании широкого рынка
- такие фирмы испытывают трудности в оценивании рыночных возможностей, остающихся за пределами известного им сегмента

568 Когда фирмам приходится выбирать стратегию фокусирования?

- все перечисленное
- при недостатке ресурсов
- при наличии расширенного производственного и ресурсного потенциала
- при недостатке ресурсов и при наличии барьеров входа на рынок или в отрасль
- при наличии барьеров входа на рынок или в отрасль

569 Стратегия дифференциации приводит к повышенным издержкам в связи с дифференциацией, что итоге способствует повышению цен. Какое из высказываний в данном случае неверно для достижения успешной стратегии дифференциации?

- конкуренты не должны суметь имитировать дифференциацию, ее необходимо постоянно совершенствовать
- клиенты должны понять, насколько предлагаемый товар или услуга отличается от конкурентной
- клиенты должны почувствовать, что предлагаемое отличие эффективнее с точки зрения дополнительных издержек
- дифференциация должна быть принята конкурентами и они должны ее имитировать
- фирма должна производить дифференцированную продукцию (услугу) с учетом количества, цены и издержек с целью достижения прибыли

570 Что способствует дифференциации в конкурентной борьбе?

- все перечисленное
- желание более дешевого приобретения клиентами качественной продукции
- дифференциация в потребностях потребителей
- дифференциация в потребностях потребителей и различные взгляды клиентов на ожидаемую выгоду от продукции
- различные взгляды клиентов на ожидаемую выгоду от продукции

571 Какое из условий не относится к стратегии фокусирования?

- создание более эффективного имиджа, рекламной марки фирмы
- предоставление более высокого и разнообразного уровня услуг по сравнению с конкурентами
- демонстрация покупателям особенностей продукции, отличающих ее от продукции конкурентов
- наличие большой рыночной доли и клиентской группы с целью получения преимуществ в масштабах
- наличие персонала, более эффективно работающего с клиентами по сравнению с конкурентами

572 Какое из условий неверно отражает необходимость функционирования фирм с низкими издержками?

- приобретение большой доли рынка и группы клиентов с целью получения преимуществ в масштабах
- производство продукции в большом объеме с целью сокращения постоянных издержек
- возможность более дешевого и легкого приобретения сырья и материалов
- товарно-материальные затраты на производство продукции должны быть ниже по сравнению с технологическими нормами
- достижение более высокой производительности труда

573 Какое из высказываний неверно отражает необходимость применения стратегии лидерства в издержках?

- минимизация затрат в исследованиях, услугах, рекламе и т.д.
- достижение резкого снижения себестоимости на основе многолетнего опыта работы
- строительство предприятий с массовым выпуском продукции
- привлечение заказов преимущественно мелких клиентов
- обеспечение продолжительного и тесного контроля над себестоимостью и общими издержками

574 Что не связано с особенностью рассмотрения эффективной стратегии «будущей неопределенности как стратегической возможности»?

- в соответствие с будущей неопределенностью, фирмы должна обязательно отличаться от конкурентов какой-либо положительной стороной
- такая стратегия считается неопределенной в соответствие с будущими принципами
- будущая неопределенность может стать источником развития конкретной фирмы
- эффективная стратегия должна уметь преобразовать изменения внешней среды в уникальные стратегические конкурентные преимущества конкретной фирмы
- отражает новые возможности для достижения будущего бизнес-успеха наряду с определенными угрозами, связанными с быстрыми изменениями во внешней среде

575 Что предусматривает «уникальность» эффективной стратегии?

- эффективной стратегией считаются уникальные случаи периода прогнозирования
- должна включать уникальные сильные факторы, свойственные конкретной фирме и отличающие ее от стратегии конкурентов
- эффективная стратегия превращает уникальные особенности конкретной ситуации в ключевые факторы успеха
- эффективная стратегия разрабатывается с учетом уникальных особенностей в будущем периоде
- эффективная стратегия основывается на уникальных изменениях внешней среды

576 Что предусматривает «ситуационностью» эффективной стратегии?

- эффективная стратегия интегрирует характерные особенности конкретной ситуации с ключевыми факторами успеха
- в стратегию фирмы включаются ряд важных факторов, отличающих стратегию данной фирмы от стратегий конкурентов
- эффективной стратегией считается прогнозируемая конкретная ситуация
- эффективная стратегия разрабатывается с учетом всех особенностей конкретной ситуации
- эффективная стратегия может интегрировать характерные особенности любой ситуации с ключевыми факторами успеха

577 В виде ограниченного синтеза каких элементов проявляется «ментальная правильность выбираемой или разрабатываемой стратегии»?

- нет правильного ответа
- все перечисленные
- менеджмент - наука
- менеджмент – способность
- успешный бизнес опыт

578 Какие факторы должны быть предусмотрены при разработке отраслевых стратегий?

- вид и масштабы отрасли
- все перечисленные
- ключевые факторы успеха отрасли
- средник издержки отрасли
- жизненный цикл отрасли

579 Какой основной фактор отличает отраслевые стратегии друг от друга?

- этап развития отрасли
- масштабы отрасли
- изменение спроса на продукцию отрасли
- охват отрасли
- жизненный цикл фирмы

580 Что относится к стратегии поведения в конкурентной среде?

- стратегия конкурентного поведения фирмы, «знающей свое место на рынке»
- стратегия конкурентного поведения фирмы, «не знающей своего места на рынке»
- стратегия конкурентного поведения фирмы, «не знающей своего места в стране»
- стратегия конкурентного поведения фирмы, «знающей свое место в потреблении»

- стратегия сотрудничества фирмы с конкурентами

581 Что такое стратегия синергетизма?

- стратегия достижения конкурентных преимуществ путем создания принципиально новой продукции или технологии
- стратегия достижения конкурентных преимуществ за счет объединения двух или более бизнес-единиц
- все перечисленное
- стратегия успешного достижения гибкой реакции фирмы на происходящие изменения во внешней среде
- стратегия достижения конкурентных преимуществ за счет быстрого приспособления к происходящим внутри фирмы изменениям

582 Как достигает конкурентных преимуществ фирма, применяющая стратегию быстрого реагирования?

- путем создания принципиально новой продукции или технологии
- приспособлением в короткие сроки к происходящим изменениям во внешней среде
- совершенствованием системы оперативного планирования деятельности фирмы
- быстрым приспособлением к происходящим изменениям во внутренней среде
- осуществлением деятельности в новых отраслях

583 Что характеризует инновационный цикл?

- научные и маркетинговые исследования – новая идея – проектирование идеи – опытный выпуск новой продукции – совершенствование продукции – массовый выпуск продукции
- научные исследования – маркетинговые исследования - выпуск новой продукции – нахождение новых рынков сбыта
- маркетинговые исследования – инвестиционный проект – создание новой продукции – организация новой продукции
- новая идея – проектирование – производство продукции – реализация продукции – получение дохода – распределение прибыли
- новая идея – проектирование идеи – выпуск новой продукции – сбыт готовой продукции – получение дохода

584 Каким образом фирма желает достичь конкурентных преимуществ при применении инновационной стратегии?

- путем создания принципиально новой продукции или технологии
- путем создания принципиально новой продукции или технологии и путем удовлетворения имеющихся осознанных и неосознанных потребностей новым способом
- все перечисленное
- путем удовлетворения имеющихся осознанных и неосознанных потребностей новым способом
- переходом фирмы в отрасль, производящую другую продукцию, не имеющей конкурентов

585 На чем основывается стратегия фокусирования?

- достижение успеха при гибкой реакции фирмы на происходящие изменения во внешней среде
- обеспечение преимуществ над конкурентами за счет более глубокой специализации в пределах выбранного сегмента рынка
- выравнивание уровня издержек производства товара с конкурентами
- сосредоточение производства продукции на фирме при объединении конкурирующих фирм
- переход фирмы в отрасль, производящую другую продукцию, не имеющей конкурентов

586 Что дает конкурентное преимущество фирме, применяющей стратегию дифференциации?

- способность фирмы обеспечить уникальность и более высокую ценность (по сравнению с конкурентами) продуктов
- обеспечение более низких издержек по сравнению с конкурентами
- более дешевая продажа фирмой продукции по сравнению с конкурентами
- наличие больших объемов производства продукции по сравнению с конкурентами
- достижение фирмой массового производства продукции

587 В чем заключена цель стратегии минимизации издержек?

- обеспечение более низких системных расходов товара по сравнению с конкурентами
- обеспечение более низких издержек обращения товара по сравнению с конкурентами
- обеспечение низких оборотных издержек товара по сравнению с конкурентами
- выравнивание издержек производства товара с конкурентами
- обеспечение одинаковых с конкурентами системных издержек товара

588 Что дает конкурентное преимущество фирме для достижения конкурентных преимуществ?

- осязаемые и неосязаемые активы фирмы, имеющие важное значение для конкретного бизнеса и потенциальные возможности, созданные внешней средой фирмы
- особый опыт, имеющийся у фирмы в определенной сфере деятельности
- осязаемые и неосязаемые активы фирмы, имеющие важное значение для конкретного бизнеса
- осязаемые и неосязаемые активы фирмы, имеющие важное значение для конкретного бизнеса и особый опыт, имеющийся у фирмы в определенной сфере деятельности
- потенциальные возможности, созданные внешней средой фирмы

589 На чем основываются стратегии достижения конкурентных преимуществ?

- Каждая из этих стратегий основывается на обеспечении равных конкурентных условий в отрасли
- Каждая из этих стратегий основывается на достижении равных конкурентных условий с другими фирмами
- Каждая из этих стратегий основывается на достижении монопольных позиций фирмы
- Каждая из этих стратегий основывается на достижении определенных конкурентных преимуществ фирмы
- Каждая из этих стратегий основывается на расширении круга деятельности фирмы

590 Что не относится к стратегии достижения конкурентных преимуществ?

- синергетическая стратегия
- стратегия дифференциации
- стратегия лидерства в затратах
- концентрированная стратегия
- стратегия фокусирования

591 Что относится к стратегии достижения конкурентных преимуществ?

- все перечисленные
- стратегия конкурентного поведения последователя
- стратегии рыночного лидера
- ни одна из перечисленных
- стратегия фирм, диктующих условия конкурентам

592 Согласно особенности эффективной стратегии - «гибкая адекватность», для реализации новых возможностей зарождающегося потенциала в результате изменений внешней среды:

- изменения во внешней среде должны соответствовать стратегическим изменениям внутри отрасли
- стратегические изменения внутри отрасли должны быть адекватны изменениям во внешней среде
- стратегические изменения во внешней среде фирмы должны соответствовать изменениям в руководстве фирмы
- внутрифирменные стратегические изменения должны быть адекватны (соответствовать) изменениям внешней среды
- изменения в конкурентной среде должны быть адекватны изменениям во внешней среде

593 Для чего нужно включать в стратегию уникальные, свойственные только данной фирме сильные стороны?

- для предусматривания в стратегии уникальных особенностей отрасли
- это помогает адаптации фирмы к внешним изменениям среды
- чтобы отличаться от конкурентов

- это формирует основу стратегическим конкурентным преимуществам фирмы и ее будущей конкурентоспособности
- для оценки «определенных звеньев цепи ценностей» фирмы

594 Что обеспечивает уникальность эффективной стратегии?

- уникальные особенности этапа реализации стратегии
- уникальность отрасли, в которой действует фирма
- уникальные, неповторимые особенности стратегии разрабатываемого периода
- предусмотренные в стратегии уникальные, свойственные только данной фирме сильные стороны, отличающие ее от конкурентов
- общие особенности отрасли, в которой действует фирмы

595 Какое из высказываний можно отнести к «эффективной стратегии»?

- разрабатывается без учета состояния конкурентов
- совместно подготавливается для конкретной группы фирмы
- разрабатывается совместными усилиями нескольких фирм
- определяет стратегический успех конкретной фирмы
- все фирмы отрасли могут получить от нее выгоду в одинаковой степени

596 Какова особенность эффективной стратегии «менеджмент как синтез науки, управленческой способности и бизнес опыта»?

- гибкая адекватность
- уникальность стратегии
- ситуативность
- Ментальная правильность выбираемой или разрабатываемой стратегии
- подход к будущей неопределенности как стратегической возможности

597 Что относится к элементам, образующим способность управления (менеджмент-способность)?

- нет правильного ответа
- «живое творчество»
- интуиция
- все перечисленное
- креативность

598 Что не относится к отраслевым стратегиям?

- правильного ответа нет
- стратегии этапа зрелости отрасли
- стратегии этапа создания отрасли
- стратегии по этапам развития отрасли
- стратегии этапа упадка отрасли

599 Что из перечисленного является стратегией поведения в конкурентной среде?

- стратегия конкурентного поведения фрагментарных фирм
- стратегия фирм, диктующих условия конкурентам
- стратегия рыночного лидера
- все перечисленные
- стратегия конкурентного поведения последователя

600 Какая стратегия предусматривает достижение успеха за счет более гибкой реакции на происходящие изменения во внешней среде по сравнению с конкурентами?

- синергетическая стратегия
- стратегия диверсификации
- стратегия фокусирования

- стратегия оперативной реакции
- корпоративная стратегия

601 Какой из признаков не характеризует инновационную деятельность предприятия?

- исследования в области изучения желаний потребителей
- нахождение новых рынков сбыта и новых способов продаж
- реализация новой оригинальной идеи и выход на рынок в виде готовой продукции
- планирование текущей и перспективной деятельности предприятия
- применение новых методов управления

602 Какая стратегия предусматривает достижение конкурентных преимуществ на основе применения новшеств в отдельных видах деятельности предприятия?

- научно-технического прогресса
- диверсификации
- фокусирования
- инновационная
- структуризации

603 При какой стратегии фирма сосредотачивает все свои усилия на специфическом рыночном сегменте, ассортименте продукции или географическом рынке?

- все перечисленные
- корпоративной
- диверсификации
- фокусирования
- ассортиментной

604 На каких отличительных элементах основывается стратегия дифференциации?

- все перечисленное
- доставка, дополнительный сервис, имидж
- технология, быстрый вход или быстрая реакция на рынке
- качество, дизайн, новшество, клиентские услуги
- индивидуальное обслуживание, социальный мессаж, безопасность

605 Какое отличие не учитывается при стратегии дифференциации?

- имидж
- персонал
- продукция
- отрасль
- услуга (сервис)

606 Что обеспечивает конкурентное преимущество фирмы в результате применения стратегии минимизации издержек?

- лучший имидж по сравнению с конкурентами
- гибкость производства по сравнению с конкурентами
- высокое качество продукции по сравнению с конкурентами
- низкие затраты по сравнению с конкурентами
- больший по сравнению с конкурентами рынок

607 Как по-другому называются стратегии минимизации издержек?

- стратегии лидерства в производительности
- стратегии лидерства в конкуренции
- стратегии сокращения

- стратегии лидерства в затратах (себестоимости)
- стратегии лидерства в производстве

608 Что из перечисленного относится к стратегиям достижения конкурентных преимуществ?

- ни одна из перечисленных
- стратегия оперативной реакции
- инновационная стратегия
- все перечисленные
- синергетическая стратегия

609 Что из перечисленного относится к стратегиям достижения конкурентных преимуществ?

- нет правильного ответа
- все перечисленные
- стратегия минимизации издержек (лидерства в затратах)
- стратегия дифференциации
- стратегия фокусирования

610 Сколько различают групп стратегий достижения конкурентных преимуществ?

- 4
- 8
- 7
- 5
- 6

611 Что из перечисленного не характеризует классификацию базовых стратегий?

- стратегии сокращения
- стратегии рыночного лидера
- стратегии концентрированного роста
- стратегии диверсифицированного роста
- стратегии интегрированного роста

612 Что из перечисленного характеризует классификацию базовых стратегий?

- стратегии роста
- все перечисленные
- стратегии сокращения
- стратегии фокусирования
- стратегии роста и стратегии сокращения

613 Что относится к признакам классификации стратегий?

- стратегии продолжительности
- стратегии поведения фирмы по этапам жизненного цикла
- итоговые стратегии
- трансформационные стратегии
- стратегии эффективности

614 Что не относится к признакам классификации стратегий?

- портфельные стратегии
- функциональные стратегии
- стратегии продолжительности
- базовые стратегии
- стратегии достижения конкурентных преимуществ

615 Что относится к признакам классификации стратегий?

- отраслевые стратегии
- все перечисленные
- стратегии совместимости
- портфельные стратегии
- отраслевые стратегии и портфельные стратегии

616 Что относится к признакам классификации стратегий?

- базовые стратегии
- все перечисленные
- правильного ответа нет
- стратегии поведения в конкурентной среде
- стратегии достижения конкурентных преимуществ

617 Какое из высказываний верно отражает основные особенности эффективной стратегии?

- они альтернативны, каждая из них отрицает другую
- они взаимосвязаны между собой и взаимодополняют друг друга
- между ними нет логической связи
- они взаимно противоположны между собой
- среди них могут быть определенные противоречия

618 Что относится к основным особенностям эффективной стратегии?

- написание на национальном языке
- неповторимость
- параллельность
- адекватность
- краткость

619 Что не относится к основным особенностям эффективной стратегии?

- подход к будущей неопределенности как к стратегической возможности
- ситуационность
- Ментальная правильность выбираемой или разрабатываемой стратегии
- параллельность
- уникальность стратегии

620 Сколько имеется основных особенностей эффективной стратегии?

- 7
- 6
- 4
- 3
- 5

621 Что относится к критерию экономической эффективности деятельности фирмы?

- издержки производства
- прибыль
- валовой доход
- объем производства продукции в стоимостном выражении
- товарная продукция

622 Основное требование, стоящее перед стратегией развития:

- эффективность

- написание на национальном языке
- срок 5 лет
- краткость
- эффект

623 Что означает выбор стратегии (стратегический выбор)?

- предусматривает выбор более производительной и прогрессивной технологии
- предусматривает применение стратегии диверсифицированного роста
- предусматривает определение альтернатив развития поставленных перед фирмой целей, их оценку и выбор наиболее выгодного варианта
- предусматривает выбор и производство наиболее доходной из различных видов продукции
- выбор из различных видов рынка, такого, который обеспечил бы максимизацию прибыли, и усиление позиции фирмы на таком рынке

624 В чем заключается стратегический подход на основе «мозгового штурма»?

- построение различных сценариев будущего состояния с другой внешней средой
- в многозначимом и многовариантном ответе на вопросы «Что и кому продавать?» и «Где и как конкурировать?»
- в результате организации участников в «коллективный интеллект» возникает мощная интеллектуальная система, существенно выше суммы отдельных интеллектуальных элементов
- в основу подхода положена матрица выбора стратегических альтернатив в зависимости от двух главных критериев - динамики роста рынка на продукцию и конкурентной позиции фирмы
- в тестировании множества вариантов при разных значениях исходных переменных

625 В чем заключается стратегический подход на основе моделирования?

- в тестировании множества вариантов при разных значениях исходных переменных
- в многозначимом и многовариантном ответе на вопросы «Что и кому продавать?» и «Где и как конкурировать?»
- в результате организации участников в «коллективный интеллект» возникает мощная интеллектуальная система, существенно выше суммы отдельных интеллектуальных элементов
- в основу подхода положена матрица выбора стратегических альтернатив в зависимости от двух главных критериев - динамики роста рынка на продукцию и конкурентной позиции фирмы
- построение различных сценариев будущего состояния с другой внешней средой

626 В чем заключается конкурентный стратегический подход?

- в основу подхода положена матрица выбора стратегических альтернатив в зависимости от двух главных критериев - динамики роста рынка на продукцию и конкурентной позиции фирмы
- построение различных сценариев будущего состояния с другой внешней средой
- в тестировании множества вариантов при разных значениях исходных переменных
- в результате организации участников в «коллективный интеллект» возникает мощная интеллектуальная система, существенно выше суммы отдельных интеллектуальных элементов
- в многозначимом и многовариантном ответе на вопросы «Что и кому продавать?» и «Где и как конкурировать?»

627 В чем заключена сущность экстраполяционного метода?

- результаты, полученные из проведенного наблюдения над явлением, предусматривают одинаковый подход к отдельным явлениям
- события, которые произойдут в будущем, никогда не имеют связи с произошедшими событиями
- результаты, полученные из проведенного наблюдения над определенной частью одного явления, предусматривают такой же подход к похожим частям других явлений
- результаты, полученные из проведенного наблюдения над явлением, предусматривают идентичный подход к другим явлениям
- распространение выводов, полученных из наблюдения над каким-либо только одной частью явления, на другую часть его или целое

628 Какие изменения предусматриваются при применении стратегических альтернатив обновления?

- регулярное проведение радикальных изменений в стратегии организации
- применение новых способов ведения конкурентной борьбы
- новые подходы к мышлению и анализу
- производство совершенно новой продукции прорывного характера
- все варианты ответов верны

629 Какие изменения происходят в результате стратегических альтернатив обновления?

- продолжение, корректировки действующих, ранее принятых стратегий фирмы
- все варианты ответов верны
- радикальные изменения в стратегии фирмы, увеличение производства абсолютно новой продукции
- отталкиваясь от текущей стратегии, фирма существенно меняет направление деятельности, происходят серьезные изменения во взглядах относительно рынка и методов проведения бизнеса
- применение новых способов проведения конкурентной борьбы, новых подходов к мышлению и анализу

630 Что предусматривают альтернативы постепенного совершенствования?

- варианты продолжения, корректировки действующих, ранее принятых стратегий фирмы
- полное изменение направлений деятельности фирмы наравне с отказом от текущей стратегии
- применение новых способов проведения конкурентной борьбы, новых подходов к мышлению и анализу
- серьезные изменения во взглядах относительно рынка и методов проведения бизнеса
- проведение радикальных изменений в стратегии фирмы, производство абсолютно новой продукции прорывного характера

631 Какая из матриц может быть использована при портфельном стратегическом подходе?

- все перечисленные
- матрица консультационных фирм McKinsey и Artur D.Little
- матрица Ansoff -a
- матрица PIMS (Profit Impact of Market Strategies) проекта
- матрица Бостонском консультационной группы

632 Каким фирмам рекомендуется использование «портфельный стратегический подход» при разработке стратегических альтернатив?

- фирмам, занимающимся двумя или более видами деятельности
- все варианты ответов верны
- фирмам, имеющим свои производственные площадки и подразделения в нескольких странах
- фирмам, функционирующим только в одной отрасли
- фирмам, производящим только однородную продукцию

633 Кто предложил стратегический подход «Рост рынка – конкурентные позиции фирмы»?

- Томпсон и Портер
- Эндью и Томпсон
- Томпсон и Стрикленд
- Эндью и Портер
- Портер и Стрикленд

634 Что относится к стратегическому подходу к формированию стратегических альтернатив?

- амбициозный подход
- портфельный подход
- подход, основанный на результатах SWOT-анализа
- подход «рост рынка – конкурентные позиции фирмы»
- все перечисленные

635 Что не относится к подходам к формированию стратегических альтернатив?

- подход «мозгового штурма»

- моделирование
- разработка сценариев
- конкурентный стратегический подход
- функционально-стоимостной подход

636 На чем базируются субъективные методы, используемые в прогнозировании факторов формирования вариантов портфелей стратегий?

- этот метод основывается на том, что события, которые произойдут в будущем, полностью исходят из произошедших событий
- этот метод основывается на особым образом спроектированных алгоритмах оценки субъективных мнений экспертов, менеджеров, других лиц
- этот метод основывается на изучении субъективных взглядов экспертов, менеджеров, других лиц относительно происходящих событий
- этот метод основывается на определении причинно-следственных связей между событиями
- этот метод основывается на полной увязке субъективных интересов отдельных людей с происходящими событиями в будущем

637 Какое из высказываний отражает сущность метода «сильных и слабых сигналов»?

- проблемы, которые уже четко проявились и понятны – относятся к проблемам, определяющим сильные сигналы и проблемы, информация о которых не является относительно полной и достоверной – относятся к проблемам, определяющие слабые сигналы
- проблемы, которые уже четко проявились и понятны – относятся к проблемам, определяющим сильные сигналы и проблемы, о которых нет относительно полной и надежной информации – проблемы, определяющие слабые сигналы
- проблемы, которые уже четко проявились и понятны – относятся к проблемам, определяющим сильные сигналы
- проблемы, информация о которых не является относительно полной и достоверной – относятся к проблемам, определяющие слабые сигналы
- проблемы, о которых нет относительно полной и надежной информации – проблемы, определяющие слабые сигналы

638 Что такое «портфель стратегий»?

- специфическая иерархия стратегического выбора, состоящая из трех уровней
- горизонтальная структура стратегий, состоящая из трех уровней
- специфическая иерархическая структура стратегий, состоящая из трех уровней
- специфическая иерархическая структура стратегических альтернатив, состоящая из трех уровней
- общая структура, состоящая из трех уровней с целью осуществления взаимного сопоставления стратегических альтернатив

639 Что подразумевается под созданием «гнездовой структуры»?

- все стратегические варианты должны быть представлены в виде сборника стратегических решений
- каждый стратегический вариант должен быть представлен в виде соответствующих комбинаций возможных стратегических решений («портфеля стратегий»)
- каждый стратегический вариант должен быть представлен в виде сборника возможных стратегических решений
- каждый стратегический вариант должен быть представлен в виде возможных стратегических результатов («портфеля стратегий»)
- каждый стратегический вариант должен быть представлен в виде смешанной комбинации возможных стратегических вариантов («портфеля стратегий»)

640 Что такое стратегические альтернативы?

- набор различных вариантов стратегического развития, используемых несколькими фирмами для достижения одинаковых стратегических целей
- набор различных вариантов стратегического развития, позволяющих достичь стратегических целей фирмы
- это стратегия развития, создающая возможности достижения фирмой стратегических целей
- набор различных вариантов стратегического развития, направленных на достижение текущих целей фирмы
- ни один из приведенных вариантов не верен

641 Что относится к методам анализа эффективности вероятных портфелей стратегий?

- все ответы верны
- все перечисленные
- метод стратегических соответствий
- технико-экономические расчеты
- функционально-стоимостной анализ

642 Какой метод прогнозирования и оценки влияющих факторов не используется при формировании вариантов портфеля стратегий?

- субъективные методы
- причинно-следственные методы
- экстраполяционные методы
- метод сильных и слабых сигналов
- методы функционально-стоимостного анализа

643 Что из перечисленного относится к уровням «портфеля стратегий»?

- корпоративный уровень
- ни один из перечисленных
- функциональный уровень
- уровень отдельного бизнеса
- все перечисленные

644 Сколько стратегических альтернатив возможно разработать?

- по крайней мере 10 вариантов, соответствующих имеющейся ситуации
- наиболее реальный один вариант
- хотя бы 2 варианта
- количество альтернатив не имеет какого-либо значения
- как можно большее количество

645 Что отличает стратегические альтернативы друг от друга?

- каждая стратегическая альтернатива представляет фирме отличительные возможности
- каждая стратегическая альтернатива характеризуется отличительными расходами
- каждая стратегическая альтернатива характеризуется отличительной деятельностью
- все перечисленное неверно
- все перечисленное верно

646 Что предусматривается на третьем этапе стратегического планирования?

- выбор среди различных видов продукции наиболее доходной и ее производство
- определение альтернатив развития, приводящих к достижению фирмой поставленной цели
- применение стратегии диверсифицированного роста
- выбор наиболее производительной и прогрессивной технологии
- выбор среди различных видов рынка, такого, который обеспечивал бы наибольшую максимизацию прибыли фирмы

647 Какое из высказываний относительно понятий «стратегической альтернативы» верно?

- характеризует возможные потенциальные направления движения фирмы для достижения поставленных стратегических целей
- альтернативные показатели, дающие возможность оценки результатов реализации стратегии развития
- совокупность всех видов деятельности, используемых фирмой для достижения поставленной стратегической цели
- отличительная определенность, отражающая поставленную стратегическую цель
- направление потенциального движения организации по достижению поставленной цели на предстоящий год

648 Почему при разработке стратегии своего развития фирма сталкивается с необходимостью стратегического выбора?

- по причине наличия только одного стратегического варианта достижения поставленных стратегических целей
- при отсутствии стратегической значимости достижения поставленных стратегических целей
- нет правильных вариантов ответа
- по причине наличия нескольких стратегических альтернатив достижения поставленных стратегических целей
- по причине отсутствия нескольких стратегических альтернатив достижения поставленных стратегических целей

649 На каком этапе стратегического планирования осуществляется стратегический выбор и формирование стратегических альтернатив?

- на первом
- на третьем
- на пятом
- на четвертом
- на втором

650 Что относится к предприятиям-коммутантам?

- новые предприятия, входящие на рынок с инновативной продукцией и услугами
- новые предприятия, входящие на рынок с традиционной продукцией
- гигантские транснациональные компании с диверсифицированным производством, лидеры на рынке, склонные к агрессивной конкуренции
- фирмы, занимающиеся массовым производством с глубокой специализацией, устойчивые к конкуренции, не избегающие рыночных конкурентов
- глубоко специализированные предприятия, занимающие определенный сегмент рынка и стремящиеся увеличить рыночную долю

651 Что относится к предприятиям-виолентам?

- гигантские транснациональные компании с диверсифицированным производством, лидеры на рынке, склонные к агрессивной конкуренции
- новые предприятия, входящие на рынок с традиционной продукцией
- новые предприятия, входящие на рынок с инновативной продукцией и услугами
- глубоко специализированные предприятия, занимающие определенный сегмент рынка и стремящиеся увеличить рыночную долю
- фирмы, занимающиеся массовым производством с глубокой специализацией, устойчивые к конкуренции, не избегающие рыночных конкурентов

652 Что относится к предприятиям-эксплерентам?

- новые предприятия, входящие на рынок с инновативной продукцией и услугами
- глубоко специализированные предприятия, занимающие определенный сегмент рынка и стремящиеся увеличить рыночную долю
- новые предприятия, входящие на рынок с традиционной продукцией
- фирмы, занимающиеся массовым производством с глубокой специализацией, устойчивые к конкуренции, не избегающие рыночных конкурентов
- гигантские транснациональные компании с диверсифицированным производством, лидеры на рынке, склонные к агрессивной конкуренции

653 Какой из типов поведения не относится к гигантским компаниям?

- “неповоротливые бегемоты”
- пациенты
- “гордые львы”
- виоленты
- “могущественные слоны”

654 На стиль поведения какого животного похоже рыночное поведение предприятий – коммутантов?

- “серые мыши”
- “могущественные слоны”
- “гордые львы”
- “хитрые” лисы”
- “первые ласточки”

655 На стиль поведения какого животного похоже рыночное поведение предприятий – эксплерентов?

- “серые мыши”
- “первые ласточки”
- “могущественные слоны”
- “гордые львы”
- “хитрые” лисы”

656 На стиль поведения какого животного похоже рыночное поведение предприятий – виолентов?

- “серые мыши”
- “гордые львы”
- “могущественные слоны”
- “первые ласточки”
- “хитрые” лисы”

657 На стиль поведения какого животного похоже рыночное поведение предприятий – пациентов?

- “могущественные слоны”
- “хитрые” лисы”
- “серые мыши”
- “первые ласточки”
- “гордые львы”

658 Что не относится к типам рыночного поведения, соответствующим различным этапам жизненного цикла фирмы?

- виолентные предприятия
- экспериментные предприятия
- коммутантные предприятия
- пациентные предприятия
- эксплерентные предприятия

659 Что не относится к этапу жизненного цикла фирмы?

- этап создания
- этап разорения и банкротства
- этап спада
- этап зрелости
- этап роста и развития

660 Что из перечисленного вовлекается в сферу деятельности Глобального договора?

- институты гражданского общества
- индивидуальные лица
- правительства страны
- компании
- трудовые коллективы

661 Сколько принципов Глобального договора относится к антикоррупционной борьбе?

- 4
 1
 такого принципа нет
 2
 3

662 К какой международной организации принадлежит Глобальный Договор?

- Организация Объединенных Наций
 Международная Организация Труда
 Европейский Союз
 Мировой Банк
 Международный Валютный Фонд

663 Социальная ответственность бизнеса:

- региональная инициатива
 геополитическая инициатива
 глобальная инициатива
 местная инициатива
 национальная инициатива

664 Что не относится к внешней социальной ответственности бизнеса?

- содействие охране окружающей среды
 стабильность оплаты труда;
 ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественной продукции)
 подготовка к участию в критических ситуациях
 взаимодействие с местными общинами и местным правительством

665 Что не относится к внутрифирменной социальной ответственности бизнеса?

- дополнительное медицинское и социальное страхование работников
 предоставление помощи работникам в критической ситуации
 развитие человеческих ресурсов (посредством образовательных программ, программ подготовки и повышения квалификации)
 безопасность труда и сохранение на социально важном уровне оплаты труда
 спонсорство и корпоративная благотворительность

666 На какие две группы делится социальная ответственность бизнеса?

- внутрифирменная и внешняя
 общая и частная
 социальная и корпоративная
 национальная и международная
 местная и региональная

667 Что из перечисленного неверно отражает суть социальной ответственности бизнеса?

- это влияние бизнеса на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют
 это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума
 это не этический принцип, который должен быть задействован в процессе принятия решения, а принудительная ответственность, определяемая законом
 такой бизнес ведет себя как «корпоративное гражданство» и не только не равнодушно, а наоборот, заинтересовано в решении важных проблем общества
 это ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом

668 Социальный капитал:

- направление денежных или других ресурсов в социально-целевые проекты компаниями с целью достижения социальной выгоды общества или окружающей среды
- развитие компанией производственных участков на окружающей территории с целью получения дохода
- открытие новых рабочих мест компаниями с целью обеспечения занятости в стране
- согласованное с государством расширение компаниями производства в слаборазвитых регионах с целью достижения социальной выгоды
- ни одно из перечисленных высказываний не соответствует сущности «социального капитала»

669 Какая из международных организаций не имеет деятельности, связанной с корпоративной ответственностью?

- Европейская Комиссия
- Организация Экономического Сотрудничества и Развития
- Международная Организация Труда
- Организация Объединенных Наций
- Организация Безопасности и Сотрудничества Европы