

1. Сегментация стратегических зон хозяйствования -это:

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

2. Анализ сегментов рынка - это:

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

3. Организация - это:

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

4. Управление - это

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

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

- √ Портер
- Саймон
- Чандлер
- Ансофф
- Карлоф

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

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

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

- вертикальная интеграция
- новые рынки
- √ экономия на масштабе;

- требования к капиталу
- быстрое обновление товара

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

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

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

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

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

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

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

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

12. Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: большинство покупателей будет покупать по наиминимальной цене

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

13. Наличие продуктов-заменителей:

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

14. Конкурентная среда организации определяется

- √ фирмами – лидерами
- внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию
- фирмами, производящими замещающий продукт

- только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом;
- только внутриотраслевыми конкурентами

Какие из перечисленного факторов определяют конкурентную силу поставщика организации:

- 15.
- 1) уровень специализации поставщика ;
 - 2) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами ;
 - 3) темпы инфляции и нормы налогообложения;
 - 4) все перечисленные факторы;
 - 5) количество поставщиков.

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

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

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

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

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

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

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

19. Стратегия сегментации особенно успешна:

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

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

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

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

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

22. Анализ сегментов рынка – это:

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

23. С чем связано развитие продуктовой организации

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

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

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

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

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

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

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

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

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

28. В системе управления организацией – объект управления – это?

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

Перед началом анализа в распоряжении организации находится достаточно много информации, часть которой не понадобится в дальнейшем. Своеобразные фильтры, позволяющие отсеивать ненужную информацию:

29.

- 1) технология;
- 2) цели;
- 3) стратегия;
- 4) миссия;
- 5) производство.

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

30.

Кто предложил модель пяти сил конкуренции в отрасли:

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

Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации:

31.

- 1) уровень специализации поставщика;
- 2) концентрированность поставщика на работе с конкурентными клиентами;
- 3) темпы инфляции и нормы налогообложения;
- 4) последовательность в разработке продуктов;
- 5) рост доходов ниже среднего.

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

Группы факторов, от которых зависит успех фирмы в конкурентной борьбе:

32.

- 1) внутренних компетенции;
- 2) коммуникативной политики фирмы;
- 3) внешних компетенций;
- 4) динамических способностей;
- 5) стратегического потенциала организации.

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

33.

По форме какие бывают виды конкуренции:

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

Составляющие внешней среды:

- 34.
- 1) микроокружение;
 - 2) мегаокружение;
 - 3) макроокружение;
 - 4) минииокружение;
 - 5) социоокружение.

- 3, 4
- 1, 5
- 3, 5
- √ 1, 3
- 2, 4

Факторы, определяющие конкурентную силу поставщика организации:

- 35.
- 1) уровень специализации поставщика;
 - 2) концентрированность поставщика на работе с конкурентными клиентами;
 - 3) темпы инфляции и нормы налогообложения;
 - 4) последовательность в разработке продуктов;
 - 5) рост доходов ниже среднего.

- 1, 5
- √ 1, 2
- 2, 4
- 1, 4
- 3, 5

36. Окружающая среда организации включает:

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

Что из нижеперечисленного характеризует организацию как открытую систему:

- 37.
- 1) взаимодействие с внешней средой;
 - 2) источник энергии (ресурсов) внутри себя;
 - 3) получение ресурсов из внешней среды;
 - 4) реагирование на изменение факторов внешней среды;
 - 5) взаимодействие субъекта и объекта управления.

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

Какие из названных факторов внешней среды организации относятся к факторам косвенного воздействия:

- 38.
- а) политика государства;
 - б) правовая среда;
 - в) инфраструктура;
 - г) природно-географические условия;
 - д) финансово-кредитная политика

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

Какой из перечисленных факторов относится к внешней среде организации прямого воздействия:

- 39.
- 1) потребители;
 - 2) рынок;
 - 3) конкуренты;
 - 4) поставщики;
 - 5) акционеры.

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

40. Функционально анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:

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

К составляющим внешней среды относят:

41. 1) макроокружение;
2) мегаокружение;
3) микроокружение;
4) миниокружение;
5) косвенное окружение.

- 2, 4
- 2, 5
- 1, 5
- 1, 2
- √ 1, 3

В основе анализа среды деятельности предприятия должны лежать следующие общеметодологические принципы:

42. а) принцип конкурентоспособности;
б) динамический принцип и принцип сравнительного анализа;
в) системный подход;
г) принцип учета специфики предприятия;
д) комплексный анализ.

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

43. Что можно отнести к экономическим факторам внешней среды?

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

44. Что можно отнести к правовым факторам внешней среды?

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

По каким факторам классифицируется внешняя среда?1) Политические

- 2) Правовые
- 3) Этнические
- 4) Экономические
- 5) Демографические
- 6) Интеллектуальные
- 7) Социальные
- 8) Культурные
- 9) Технологические
- 10) Хозяйственные

45.

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

46.

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

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

47.

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

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

48.

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

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

49.

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

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

50.

Выделяют следующие виды ресурсов организации

- √ финансовые
- духовные
- организационные
- Информационном
- технические

51.

Анализ кадрового потенциала – это:

- √ комплексная оценка количественного и качественного состава персонала;

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

52. Производственно-хозяйственный анализ – это:

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

53. Понимание термина угрозы и возможности в буквальном смысле

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

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

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

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

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

56. Финансово-экономический анализ –это:

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

57. Диагностика предприятия – это:

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

Критерии успешной стратегии:

- 58. 1) соответствие среде;
- 2) конкурентное преимущество;
- 3) эффективность;
- 4) внутренняя согласованность составляющих;
- 5) гибкость

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

Факторы, формирующие стратегию:

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

59.

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

60. Организационно-управленческий анализ – это:

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

Что из перечисленных относится к внутренней среде организации:

- 1) структура управления организацией;
- 2) технический прогресс в отрасли;
- 3) цели организации;
- 4) персонал организации;
- 5) задачи организации.

61.

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

62. Какой орган управления не характерен для акционерного общества:

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

63. Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

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

64. Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:

- √ чтобы создать перспективную компанию, следует постоянно, на протяжении всего периода ее существования прикладывать необходимые усилия, так как окончательного успеха в бизнесе не бывает

- существуют «чудодейственные снадобья», которые способны помочь любой компании быстро взойти на вершину бизнеса и прочно и надолго там закрепиться
- перспективные компании следуют проверенным и зарекомендовавшим себя рецептом успеха, что обеспечивает им стабильное преуспевания в будущем
- перспективные компании учатся на чужих ошибках
- создание перспективной компании требует упорного повседневного труда, как правило, только в первые годы ее развития

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

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

66. Явление, когда доходы от совместного использования ресурсов превышают сумму доходов от отдельного использования тех же ресурсов, называют эффектом:

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

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

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

68. Что не является внутренней переменной организации?

- √ люди
- цель
- законодательство
- принципы
- структура

69. К внешним компетенциям относится:

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

70. Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень:

- удобный, доступный сервис и техобслуживание;
- точное удовлетворение покупательских запросов;
- широта диапазона товаров;
- коммерческое искусство;
- притягательные дизайн и упаковка;
- гарантии покупателям.

- √ факторы, связанные с маркетингом
- факторы, связанные с производством
- факторы, связанные с технологией
- факторы, связанные со сбытом

- факторы, связанные с распределением

Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень:

- мощная сеть дистрибьюторов/дилеров;
- возможность доходов в розничной торговле;
- собственная торговая сеть компании;
- быстрая доставка.

71.

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

Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень:

- размещение производства, гарантирующее низкие издержки;
- обеспечение адекватной квалифицированной рабочей силой;
- высокая производительность труда (особенно в трудоемких производствах);
- дешевое проектирование и техническое обеспечение;
- гибкость производства при изменении моделей и размеров.

72.

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

Ключевые факторы успеха (КФУ) – главные определители финансового и конкурентного успеха в данной отрасли. К какой группе факторов относится данный перечень: - компетентность в научных исследованиях (особенно в наукоемких отраслях);

- способность к инновациям в производственных процессах;
- способность к инновациям в продукции;
- роль экспертов в данной технологии.

73.

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

74.

Центральная компетенция – это:

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

75.

Характеристики корневых компетенций фирмы:

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

76.

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
- системный анализ.
- √ управленческий анализ
- STEP- анализ

- SWOT-анализ;

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

77. а) динамический принцип и принцип сравнительного анализа;
б) метод наблюдения;
в) системный подход;
г) принцип учета специфики предприятия;
д) комплексный анализ.

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

78. Исходный этап процесса стратегического управления

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

79. Компетенция –это:

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

80. Оценка стоимости стратегических программ элементарным методом предполагает:

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

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

- комплексный анализ
- проблемный анализ
- ПЭСТ- анализ
- ✓ управленческий анализ;

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

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

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

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

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

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

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

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

86. Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли (ближнее окружение). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор Размер и темпы роста рынка, масштабы конкуренции, количество компаний- участников, их относительные размеры, условия входа в отрасль и выхода из нее, степень вертикальной интеграции, темпы технологических изменений, размеры экономии на масштабе и за счет эффекта обучаемости, степень стандартизации или персонализации продукции компаний-конкурентов, уровень прибыльности ?

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

87. Конкурентная среда организации определяется

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

88. Какие из перечисленного факторов определяют конкурентную силу поставщика организации:

- уровень специализации поставщика;
- концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами;
- темпы инфляции и нормы налогообложения;
- все перечисленные факторы;
- количество поставщиков

- 2, 5
- 1, 5
- 1, 4
- √ 1, 2

- 2, 4

89. Если у производителя продукции имеется интеграцию с продавцами, то это

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

90. Наличие продуктов-заменителей:

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

91. Анализ конкурентных преимуществ вашей фирмы вы будете осуществлять с помощью

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

92. Анализ сегментов рынка - это

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

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

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

94. Различия STEP и SWOT анализов

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

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

- ✓ 1, 2
- 2, 3
- 3, 4
- 2, 4
- 1, 5

96. SWOT-анализ происходит на ступени ситуационного анализа.
- √ 2-й
 - 1-й
 - 5-й.
 - 4-й
 - 3-й
97. К какой составляющей SWOT- анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы?1) сильные стороны;2) слабые стороны; 3) возможности;4) угрозы;5) недостатки
- 2, 5
 - 1, 5
 - √ 1, 2
 - 2, 4
 - 1, 4
98. Функционально анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:
- √ службой маркетинга
 - бухгалтерией
 - генеральным директором
 - планово-экономической службой
 - собранием акционеров
99. К составляющим внешней среды относят:1) макроокружение;2) мегаокружение;3) микроокружение;4) миниокружение;5) косвенное окружение.
- √ 1, 3
 - 4, 2
 - 3, 5
 - 2, 3, 5
 - 1, 2, 4
100. Анализ по специфичности включает ресурсы:
- Основные, второстепенные
 - Первичные, вторичные
 - √ Специфичные, неспецифичные ресурсы
 - Прямые, косвенные
 - Постоянные, непостоянные
101. Анализ по категориям включает ресурсы:1. материальные (сырье);2. финансовые (инвестиции, уровень прибыли);3. производственно-технологические (надежность оборудования);4. продуктовые (готовый товар);5. коммуникационные (взаимоотношения с поставщиками, потребителями, уровень РЯ-политики компании).
- 2,3,4
 - 3,4,5
 - √ 2,3,5
 - 1,2,4
 - 1,4,5
102. Анализ по категориям включает ресурсы:1. производственно-технологические (надежность оборудования);2. материальные (сырье);3. продуктовые (готовый товар);4. информационные (уровень автоматизации производства, информационных технологий);5. коммуникационные (взаимоотношения с поставщиками, потребителями, уровень РЯ-политики компании).
- 1,3,4
 - 2,3,4
 - √ 1,4,5
 - 1,3,5

- 3,4,5

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

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

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

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

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

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

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

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

107. Ситуационный анализ - это:

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

Какие из перечисленных факторов характеризуют возможности предприятия:

108. 1) выход на новые рынки;
2) самодовольство среди конкурентов;
3) возможность появления новых конкурентов;
4) добавление сопутствующих товаров;
5) замедление роста рынка

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

Какие из перечисленных характеристик относятся к сильным сторонам предприятия:

- 109.
- 1) высокая квалификация кадров
 - 2) современная технология производства
 - 3) ограниченные финансовые ресурсы
 - 4) хорошая репутация у потребителей
 - 5) слабое представление о рынке

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

110. К функциям оперативного уровня управления не относится:

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

111. SWOT-анализ не предусматривает выявление и подробное рассмотрение:

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

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

- 112.
- хорошая репутация;
 - расширение производственной линии;
 - вертикальная интеграция;
 - удовлетворение своим положением относительно конкурирующих фирм;

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

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

- стратегическое управление
- √ SWOT-анализ;
- стратегическое планирование
- стратегия;
- ПЕСТ- анализ.

114. Чем различаются STEP и SWOT-анализы:

- SWOT-анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации;
- STEP- анализ – это разновидность качественного, а SWOT- количественного анализа
- отличаются по периодичности выполнения
- SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP- 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

115. Различия STEP и SWOT анализов:

- √ предметом SWOT – анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP – анализа только ее внешняя макросреда

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

SWOT-анализ включает:

- 116.
- 1) анализ возможностей организации и вероятных угроз;
 - 2) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами;
 - 3) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков;
 - 4) анализ поставщиков;
 - 5) анализ покупателей.

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

117. SWOT-анализ происходит на ступени ситуационного анализа

- √ 2-й
- 4-й
- 3-й
- 1-й
- 5-й.

118. К какой составляющей SWOT- анализа относится следующий набор показателей, характеризующих положение фирмы

- 118.
- 1) сильные стороны;
 - 2) слабые стороны;
 - 3) возможности;
 - 4) угрозы;
 - 5) недостатки

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

119. SWOT- анализ это

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

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

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

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

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

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

- √ СВОТ- анализ
- управленческий анализ
- стратегическое управление;
- стратегия;
- стратегическое планирование

123. Ситуационный анализ – это:

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

124. Нематериальные активы включают:

- Объекты
- Субъекты
- √ Бренды
- Цель
- Методы

125. Нематериальные активы включают:

- Объекты
- Методы
- Цель
- √ Навыки
- Субъекты

126. Материальные активы включают:

- Методы
- Субъекты
- √ Человеческие ресурсы
- Цель
- Объекты

127. Материальные активы включают:

- Цель
- Объекты
- Субъекты
- Методы
- √ Здания

128. Материальные активы включают

- Объекты

- Субъект
- Цель
- ✓ Запасы
- Запасы
- Методы

129. SWOT - анализ это

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

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

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

131. Ситуационный анализ - это:

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

132. Что лежит в основе перехода фирм к дивизиональной структуре

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

Какие из перечисленных характеристик относятся к сильным сторонам предприятия:

133. 1) высокая квалификация кадров;
2) современная технология производства;
3) ограниченные финансовые ресурсы;
4) хорошая репутация у потребителей;
5) слабое представление о рынке

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

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

- ✓ SWOT - анализ
- стратегическое планирование
- стратегия
- стратегическое управление
- ПЕСТ – анализ

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

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

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

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

137. Дальнее окружение ... влияет на организацию:

- сильно
- √ непосредственно
- косвенно
- не
- слабо

138. Ближнее окружение ... влияет на организации:

- сильно
- слабо
- √ непосредственно
- косвенно
- не

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

- √ 1, 5
- 3, 4
- 2, 3
- 4, 5
- 1, 2

140. Что такое внешняя среда организации?

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

141. Первый этап разработки стратегия любой организации - это

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

142. Сегментация стратегических зон хозяйствования - это:

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

143. Анализ сегментов рынка - это:

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

144. Основная цель анализа внешней среды организации - это:

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

145. Внешнюю среду современной фирмы можно охарактеризовать как

- Постоянную
- Простую
- √ Динамичную
- стабильную
- Предсказуемую

146. Конкурентная среда организации определяется:

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

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

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

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

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

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

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

150. К чему следует отнести потребителей продукции

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

156. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность, исходя из того, что:
- √ в окружении постоянно будут происходить изменения
 - в окружении не будет происходить качественных изменений;
 - окружение не всегда будет изменяться;
 - окружение не влияет на организацию.
 - окружение не будет изменяться;
157. Основные области выработки стратегии поведения фирмы на рынке: 1) лидерство в минимизации издержек; 2) стратегии поведения в конкурентной среде; 3) специализация в производстве продукции; 4) фиксирование определенного сегмента рынка и концентрация усилий; 5) фирмы на этом рыночном сегменте.
- √ 1, 3, 4, 5
 - 2, 3, 5
 - 3.5
 - 4.2
 - 1, 2, 4
158. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что.....
- √ в окружении постоянно будут происходить изменения
 - в окружении не будет происходить качественные изменения
 - окружение высокотурбулентно
 - окружение стабильно
 - окружение не будет изменяться
159. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:
- √ корпоративная стратегия
 - бизнес-стратегия
 - стратегия
 - генерическая стратегия
 - функциональная стратегия
160. Функциональный анализ внешней среды деятельности предприятия должен проводиться:
- √ службой маркетинга
 - планово-экономической службой
 - генеральным директором
 - бухгалтерией
 - собранием акционеров
161. Составляющие внешней среды: 1) микроокружение; 2) мегаокружение; 3) макроокружение; 4) миниокружение; 5) социоокружение.
- √ 1, 3
 - 2, 3, 5
 - 3.5
 - 4.2
 - 1, 2, 4
162. В основе анализа среды деятельности предприятия должны лежать следующие общеметодологические принципы: 1) принцип конкурентоспособности; 2) динамический принцип и принцип сравнительного анализа; 3) системный подход; 4) принцип учета специфики предприятия; 5) комплексный анализ.
- √ 2, 3, 4, 5
 - 2, 3, 5
 - 3.5
 - 4.2
 - 1, 2, 3

163. К какой составляющей ПЭСТ – анализа относятся- доходы, уровень жизни, обменные курсы.
- технологической
 - политической
 - √ экономической
 - социальной
 - демографической
164. Исходным процессом в стратегическом управлении является:
- √ анализ среды
 - определение миссии и целей
 - анализ внешней среды
 - оценка стратегии
 - выбор стратегии
165. Характерные особенности Машинной бюрократии (назовите несоответствующее) по Г. Минцбергу
- Раздутая средняя линия
 - Координация и контроль осуществляются средствами стандартизации
 - большая возможность экономии на издержках массового производства
 - √ Гибка, чувствительна к изменениям, неустойчива
 - Значительный технический и вспомогательный штаты
166. Исследование деятельности компании в контексте внешней среды предполагает также анализ общей ситуации и конкурентных условий отрасли («ближнее окружение»). Цель такого анализа- оценка семи ключевых факторов внешней среды. Как называется данный анализируемый фактор «оценка и сравнение рыночных позиций конкурирующих компаний»
- √ сильные и слабые конкуренты
 - ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе
 - возможные действия конкурентов
 - компетенции
 - формы и интенсивность конкуренции
167. Анализ потенциала организации включает:
- √ анализ сильных и слабых сторон в сравнении с конкурентами достаточность ресурсов и пр.
 - рыночные возможности организации (производство- сбыт)
 - анализ трудовых ресурсов
 - анализ техники и технологии
 - только производственные возможности организации
168. Окружающая среда организации включает:
- √ правовые, экономические, технологические, экологические, ресурсные, рыночные и прочие аспекты окружения
 - микроокружение, т. е. спрос, поставщиков, потребителей и пр.
 - среду прямого воздействия
 - среду косвенного воздействия
 - партнеров и конкурентов
169. Анализ сегментов рынка – это:
- √ анализ потребительского рынка, обслуживаемого предприятия
 - анализ конкурирующей продукции на рынке
 - анализ покупателей
 - анализ продавцов
 - анализ разбиения рынка сбыта по видам продукции
170. Сегментация стратегических зон хозяйствования –это:

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

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

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

172. В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важ-нее указать:

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

173. Анализ кадрового потенциала - это:

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

174. Организационная культура - это:

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

175. Что является главным определяющим фактором культуры организации:

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

176. Количество типов культур по классификации Хэнди:

- √ 5
- 5
- 6
- 3
- 2

177. Количество типов культур по классификации Майлза и Сноу:

- √ 4
- 5
- 6

- 7
- 3

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

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

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

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

180. Культурная сеть включает:

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

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

- ✓ 1, 2, 3, 4
- 2
- 3, 4
- 4, 2
- 1

182. Парадигма организации это:

- ✓ Мировоззрение
- Позиция
- Взгляд
- Окружение
- Система

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

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

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

- ✓ 1, 5
- 2, 3
- 3, 4
- 4, 2

- 1, 2

185. Что является предметом труда работников управления ?

- √ информация;
- готовая продукция
- ресурсы;
- решения.
- сырье, материалы

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

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

187. Амбициозный подход основан на:

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

188. Фактор, оказывающий решающее значение на формирование различных вариантов стратегий:

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

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

- √ Минцеберг
- МакКинсей
- Портер;
- Квин
- И. Ансофф

190. Стратегическая зона хозяйствования – это

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

191. Стратегии организации нацелены в основном

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

192. По мнению Г. Минцберга определение положения организации по внешней среде и относительно своих главных конкурентов – это понятие стратегии
- ✓ как позиции
 - как перспективы.
 - как принципа поведения;
 - как ловкого приема;
 - как плана;
193. Какие из названных факторов оказывают ключевое влияние на выбор стратегии предприятия: 1) финансовые возможности; 2) квалификация работников; 3) место размещения предприятия; 4) степень риска, заложенная в стратегии; 5) возраст руководителя предприятия
- ✓ 1, 2, 4
 - 4.2
 - 3.5
 - 2,3,
 - 1, 2, 5
194. 30. Стратегия управления персоналом относится к..... стратегиям:
- отраслевым;
 - стержневым
 - ✓ функциональным;
 - базовым
 - корпоративным;
195. В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать....
- его обязанности и сферу приложения усилий, на желаемый результат
 - на его обязанности и сферу приложения усилий в комплексе
 - ✓ на желаемый результат;
 - на его обязанности
 - сферу приложения усилий
196. Достичь наивысшей производительности труда при производстве всех (или определенных) видов продукции. К какой подсистеме относится данная цель?
- финансы
 - менеджмент
 - ✓ производство;
 - инновации
 - маркетинг;
197. Чем отличается тактический план от операционного
- ✓ тактические планы разрабатываются для реализации стратегических планов, но с учетом конкретных условий сегодняшнего дня, а операционные определяют последовательность и механизмы осуществления отдельных действий
 - тактический план реализуется всегда, а операционный нет
 - операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические – достигать отдельные тактических целей
 - операционные и тактические планы – это одно и то же
 - тактический план шире операционного, позволяет осуществить стратегические цели;
198. Профессионально сделанная маркетинговая стратегия гарантирует фирме
- ✓ завоевание максимальной доли рынка
 - правильный базовый выбор рыночных целей организации и основных средств их достижения, с определенными запасными вариантами
 - непротиворечивость решений конкретных управленческих проблем и оптимальное достижение поставленных целей организации на рынке;

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

199. Маркетинговая стратегия представляет собой

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

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

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

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

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

202. Стратегический менеджмент включает элементы всех предшествующих систем управления:

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

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

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

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

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

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

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

206. Стратегическое планирование – это

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- разделение труда

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

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

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

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

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

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

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

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

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

216. Маркетинговый подход в стратегическом управлении предполагает

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

217. Стратегический менеджмент относится только

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

218. Стратегический менеджмент- это:

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

219. Основными элементами стратегического управления являются

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

Какие из приведенных позиций относятся к функциям стратегического планирования:

220.

- 1) содержит основные проблемы организации;
- 2) является наиболее долгосрочным по сравнению с другими видами планирования;
- 3) определяет технологию производства продукции;
- 4) придает деятельности организации в разные периоды стройность и внутреннее единство;
- 5) заставляет высшее руководство организации активизировать свою работу

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

Что из перечисленного является характерными признаками стратегического управления:

221.

- 1) видение долгосрочной перспективы организации;
- 2) ориентация деятельности на запросы потребителей;
- 3) опора на человеческий потенциал как стержень организации, ее основную ценность;
- 4) осуществление гибкого реагирования на изменения во внешней среде;
- 5) ориентация на выживание и достижение целей организации в долгосрочной перспективе

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

222. Стратегия управления персоналом относится

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

223. В основе классификаций стратегий используются следующие классификационные признаки

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

Конкурентная сила поставщика зависит от следующих факторов:

224.

1. Уровень специализированности поставщика
2. стоимость ресурсов
3. степень специализированности покупателя
4. Сильные покупатели
5. Концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами

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

Для чего нужен анализ конкурентов?

- 225.
1. Рынка
 2. организации
 3. изучения слабых сторон конкурентов
 4. изучения сильных сторон конкурентов
 5. Классификации конкурентов

- √ 3, 4
- 4, 2
- 1, 5
- 2, 3
- 1, 2

Профиль составляется по следующим характеристикам:

- 226.
1. Географические местоположение
 2. социально-психологические характеристики
 3. возрастные показатели
 4. Сфера деятельности
 5. Отношение покупателя к продукту

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

Профиль составляется по следующим характеристикам:

- 227.
1. Географическое местоположение
 2. демографические характеристики
 3. возрастные показатели
 4. Социальные характеристики
 5. Все вместе взятые

- √ 1, 2
- 4,2
- 3, 5
- 2, 3
-) 1, 3

228. Для чего нужен анализ покупателей?

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

Что включает в себя микросреда?

- 229.
1. Поставщиков
 2. покупателей
 3. кадры
 4. конкурентов
 5. Рынок рабочей силы

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

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

- 2, 3
- 3, 5
- √ 2, 5
- 1, 2
- 1, 3

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

- √ 2, 4
- 1, 2
- 3, 5
- 2, 3
- 1, 3

232. Что является предметом STEP-анализа?

- √ Макросреды
- Поставщики
- Организация
- рынок
- конкуренты

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

- √ 1, 2
- 4, 2
- 3, 5
- 2, 3
- 1, 3

234. Чем различаются STEP и SWOT-анализы

- SWOT-анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации;
- отличаются по периодичности выполнения.
- STEP- анализ - это разновидность качественного, а SWOT- количественно-го анализа
- SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP- 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

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

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

236. Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

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

237. Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам

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

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

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

239. Стратегия низких издержек особенно успешна, если

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

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

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

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

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

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

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

243. Стратегическая цель компании, реализующей стратегию лидерства по издержкам
- качество товаров
 - г) отличаются от господствующих на рынке в целом;
 - √ большая доля рынка
 - чувствительные к потребительской ценности покупателя
 -) узкий сегмент рынка, на котором покупательские предпочтения значительно
244. Стратегией сокращения является следующая: предельный случай стратегии сокращения и осуществляется тогда, когда фирма не может вести дальнейший бизнес. Это стратегия
- стратегия сокращения расходов
 - √ стратегия ликвидации;
 - стратегия «сбора урожая
 - стратегия сокращения
 - другое
245. Стратегией сокращения является следующая: заключается в том, что фирма закрывает или продает одно из своих подразделений или бизнесов, чтобы осуществить долгосрочное изменение границ ведения бизнеса. Это стратегия
- √ стратегия сокращения;
 - стратегия ликвидации;
 - другое
 - стратегия сокращения расходов
 - стратегия «сбора урожая
246. Стратегией сокращения является следующая: основной идеей является поиск возможностей уменьшения издержек и проведение соответствующих мероприятий по сокращению затрат. Это стратегия
- стратегия сокращения
 - другое
 - √ стратегия сокращения расходов
 - стратегия ликвидации;
 - стратегия «сбора урожая
247. Если преобладает ценовая конкуренция, то более эффективной будет стратегия.....
- √ лидерства по издержкам;
 - дифференцированного маркетинга
 - дифференциации сервиса
 - инноваций
 - дифференцированной продукции;
248. Анализ конкурентных преимуществ вашей фирмы вы будете осуществлять с помощью
- √ Z- счета Альтмана
 - модели И. Ансоффа
 - системы Станиславского
 - кластерного анализа
249. Что из перечисленного входит в число требований предпринимательского управления: 1) концентрация внимания на рынке, на изменении спроса; 2) финансовое предвидение, особенно в планировании и регулировании наличных денег; 3) подбор и расстановка кадров; 4) заблаговременное создание управленческого звена, а не подстраивание его под сложившуюся ситуацию; 5) умение определять участки наиболее эффективного применения своих сил и способностей
- 1, 2, 4
 - 4.2
 - √ 1, 2, 4, 5
 - 3.5
 - 2,3, 5

250. Стратегия минимизации издержек нацелена:
- ✓ на обеспечение более низких системных издержек на товар по сравнению с конкурентами;
 - на создание новых сегментов рынка.
 - на наем и тренинг такого персонала, который работает с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов;
 - на придание продукту – товару отличительных свойств, которые важны для покупателя и которые отличают данный товар от предложений конкурентов
251. Конкурентоспособность это
- более высокая производительность в какой-либо производственной деятельности
 - ✓ все то, что обеспечивает товару сравнительные преимущества относительно подобных товаров других производителей
 - производство высоких технологий.
 - производство новых товаров;
 - более высокое качество товаров;
252. Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми):
- интересы высшего руководства, квалификация работников;
 - ✓ все перечисленные
 - сильные стороны отрасли
 - сильные стороны фирмы
 - цели фирмы;
253. Может ли фирма на практике одновременно реализовывать несколько стратегий:
- может только две;
 - ✓ может;
 - может только три
 - не может
 - может, только если это многоотраслевая компания;
254. Что означает эмерджентная стратегия?
- реактивная стратегия.
 - ✓ спонтанная стратегия
 - плановая стратегия
 - системная стратегия
 - функциональная стратегия
255. Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации – это
- генерическая стратегия.
 - ✓ бизнес-стратегия;
 - стратегия
 - корпоративная стратегия
 - функциональная стратегия
256. Определите критерий классификации целей по данной группе: Постоянные (повторяющиеся), Разовые.
- структурные
 - ✓ повторяемость
 - период установления
 - содержание
 - измеримость
257. Амбициозный подход основан на...
- оценке прибыли
 - ✓ внутренних и внешних компетенциях, динамических способностях фирмы;

- поиске ответов на вопросы, где и как конкурировать
- конкурентной позиции фирмы;
- оценке темпов роста рынка;

258. Сегментация рынка – это:

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

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

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

260. Кто считается предшественником стратегического управления и первым стратегом

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

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

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

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

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

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

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

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

- 3.5

- 4.2
- √ 2, 3, 4
- 1, 2, 4
- 2,3, 4

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

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

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

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

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

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

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

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

269. Управление – это:

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

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

- фирма выбирает лучший сегмент рынка
- √ фирма досконально выясняет потребности определенного сегмента рынка в определенного типа продукции
- фирма должна осуществлять высокоспециализированное производство и качественный маркетинг для того, чтобы становиться лидером в своей области

- компания добивается самых низких издержек производства и реализации своей продукции. В результате этого она может за счет более низких цен на аналогичную продукцию добиться завоевания большей доли рынка
- фирма должна строить свою деятельность, прежде всего на анализе потребностей клиентов определенного сегмента рынка

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

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

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

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

273. Стратегия дифференциации особенно успешна

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

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

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

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

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

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

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

277. Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это
- функциональная стратегия
 - √ корпоративная стратегия
 - рыночная стратегия
 - стратегия
 - бизнес-стратегия
278. Сегментация стратегических зон хозяйствования – это
- определение каналов сбыта
 - √ деление сферы деятельности организации на крупные блоки, составляющие отдельным важным и прибыльным для организации направлениям;
 - выбор перспективных рынков для организации;
 - разделение рынков сбыта продукции для предприятия;
 - изучение потребительского рынка;
279. Достичь наивысшей производительности труда при производстве всех (или определенных) видов продукции. К какой подсистеме относится данная цель?
- √ производство;
 - финансы
 - инновации
 - менеджмент
 - маркетинг
280. Стратегическая архитектура – это:
- совокупность отмеченных выше элементов.
 - план тактических действий;
 - √ план развертывания новых функциональных направлений, обретения новых компетенций, перемещения имеющихся, новая конфигурация системы взаимодействия с потребителями;
 - бизнес-план;
 - стратегический план
281. К какой группе стратегий относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию:
- сокращения;
 - диверсификации;
 - √ концентрированного роста ;
 - ликвидации.
 - интегрированного роста ;
282. Определите последовательность этапов в развитии корпоративного управления: 1) бюджетирование; 2) долгосрочное планирование; 3) стратегическое планирование; 4) стратегический менеджмент; 5) стратегическое управление.
- √ 1, 2, 3, 4
 - 4.2
 - 3.5
 - 2,3, 5
 - 1, 2, 4
283. Основная зависимость отделений холдинговой структуры с центром
- √ финансовая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
 - моральная зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
 - финансовая зависимость от главной компании, которой принадлежит центральный офис
 - кадровая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций
 - техническая зависимость от главной компании, которой принадлежит контрольный пакет акций

284. Что из приведенного списка характеризует оборонительную стратегию: 1) предполагает удержание своих позиций на рынке; 2) фирма располагает ограниченными средствами; 3) имеет высокую степень риска; 4) требует пристального внимания к действиям фирм-конкурентов; 5) связана с большими финансовыми затратами
- √ 1, 2, 4
 - 4.2
 - 3.5
 - 2,3, 5
 - 1, 2, 5
285. Какие из приведенных характеристик относятся к наступательной стратегии: 1) рассчитана на занятие лидирующего положения на рынке; 2) предполагает удержание своих позиций на рынке; 3) требует значительных финансовых затрат; 4) имеет высокую степень риска; 5) улучшение деятельности предприятия .
- √ 1, 2
 - 4.2
 - 3.5
 - 2,3, 5
 - 1, 2, 4
286. Стратегическая зона хозяйствования – это:
- зона наибольшего стратегического хозяйственного риска
 - свободная экономическая зона;
 - конкурентная зона.
 - перспективный сегмент рынка;
 - √ сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
287. Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам..... Ранга
- среднего
 - тактического;
 - √ низкого
 - функционального.
 - высокого
288. За что несет ответственность каждое подразделение фирмы территориальной структуры организации
- √ за разработку, производство и сбыт однородной продукции на данной территории
 - за реализацией всей продукции компании
 - за дисциплиной
 - за текучесть кадров в компании
 - за реализацию проектов компании во всех офисах фирмы
289. Определите к какой характеристике отрасли относится данное стратегическое значение: быстрый рост вызывает новые вступления; замедление роста увеличивает соперничество и отсечку слабых конкурентов
- √ рост размеров рынка ;
 - размеры рынка
 - развитие отрасли.
 - прибыльность в отрасли;
 - избыток или дефицит производственных мощностей;
290. Стратегическая зона хозяйствования – это.....
- √ сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
 - подразделение бизнес- единицы
 - свободная экономическая зона
 - перспективный сегмент рынка

- зона наибольшего хозяйственного риска

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

- стратегия усиления позиции на рынке
- другое.
- стратегия роста
- стратегия вперед идущей вертикальной интеграции
- ✓ стратегия обратной вертикальной интеграции

292. Рост фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, а именно системами распределения и продажи. Это стратегия:

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

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

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

294. Содержание портфельной стратегии включает в себя

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

295. Каково отличие портфельной стратегии от конкурентной:

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

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

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

297. Содержание портфельной стратегии включает: 1) расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных видов деятельности; 2) использование технологий по принципу «двойного назначения»; 3) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации; 4) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы; 5) материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.

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

298. Наиболее часто используемые в управленческой практике подходы к формированию стратегических альтернатив:1) конкурентный стратегический подход;2) аналитический подход;3) стратегический подход на основе разработки сценариев;4) стратегический подход «Рост рынка – конкурентная позиция фирмы»;5) портфельный подход.

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

299. Для модели БКГ характерны четыре вида стратегий: «Звезды», «Трудные дети», «Дойные коровы», «Собаки». Определите какая стратегия соответствует данной характеристике: «Стараться сохранить или увеличить долю своего бизнеса на рынке

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

300. К какой концепции относится данное определение: Модель представляет из себя матрицу, состоящую из 9 ячеек для отображения и сравнительного анализа стратегических позиций направлений хозяйственной деятельности организации

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

301. Оценка бизнеса и компании – это:

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

302. Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

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

303. Что из нижеперечисленного относится к стратегии интегрированного роста

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

304. Что относится к стратегии диверсифицированного роста?

- √ конгломеративная диверсификация

- ликвидация
- сбор урожая
- развитие продукта
- Развитие рынка

305. Что такое Диверсификация ?

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

306. К какой группе стратегии относятся стратегии, связанные в основном с изменением продукта и (или) рынка и не затрагивающие отрасль, положение фирмы внутри отрасли и технологию?

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

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

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

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

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

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

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

310. Какие стратегии может выбирать фирма, имеющая сильные конкурентные позиции, при медленном росте рынка: 1) совместное предприятие в новой области ;2) концентрическая диверсификация ;3) горизонтальная интеграция или слияние;4) сокращение;5) вертикальная интеграция.

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

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

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

312. Какая стратегия наиболее привлекательна для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли:

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

313. Какой тип стратегии (из группы стратегии концентрированного роста) выбрала фирма, прилагающая большие усилия в области маркетинга и стремящаяся завоевать лучшие позиции с данным продуктом на данном рынке:

- стратегию дифференциации;
- стратегию роста.
- ✓ стратегию развития рынка ;
- стратегию развития продукта;
- стратегию проникновения на рынок ;

314. Для каких целей организации характерна наибольшая детализация и конкретизация

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

315. Стратегия стабильности характеризуется:

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

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

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

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

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

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

- ✓ оценить стратегическую уязвимость фирмы;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

323. Какой контроль преобладает на уровне отделений?

- √ тактический
- циклический
- организационный
- стратегический
- операционный

324. В управлении предприятием различают три типа контроля: 1. стратегический (результаты функционирования более чем за год) 2. организационный 5 лет 3. тактический (6—12 месяцев) 4. циклический 5. операционный (до 6 месяцев)

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

325. Важнейшим элементом каждой фазы бенчмаркинга является:

- анализ
- мониторинг
- √ конкурентная разведка

- контроль
- измерение показателей

326. Что такое бенчмаркинг?

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

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

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

328. Какие из следующих факторов могут влиять на выбор стратегии

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

329. Критерий эффективности стратегического управления

- стабильность
- оперативность
- ✓ рациональность
- избыточность
- рациональность

330. Какая из предложенных характеристик приемлема для авторитарного стиля?

- малая инициатива со стороны руководителя
- делегирование руководящих полномочий
- ✓ жесткий контроль работы подчиненных
- мотивация персонала
- невмешательство в дела коллектива

331. Какие из следующих утверждений вы считаете верными:- существуют оптимальные для всех фирм стратегии;- процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален;- фирмы должны использовать единые методы стратегического управления;- при выработке стратегии фирмы учитывают некоторые обобщенные принципы;- существуют целевые стратегии для всех фирм;1) первое; 2) второе;3) третье;4) четвертое;5) пятое.

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

332. Амбициозный подход основан на...

- ✓ внутренних и внешних компетенциях, динамических способностях фирмы
- конкурентной позиции фирмы;
- оценке прибыли.
- оценке темпов роста рынка;

- поиске ответов на вопросы, где и как конкурировать;
333. Какие методы контроля используются в стратегическом управлении: 1) предварительный; 2) фильтрующий; 3) по результатам; 4) терапевтический; 5) окончательный.
- √ 1, 2, 3
 - 4, 2
 - 3, 5
 - 2, 3, 5
 - 1, 2, 4
334. Эффективность – это:
- √ отношение результата к затратам;
 - отношение входа к выходу.
 - степень достижения заранее намеченной цели, выраженная в процентах;
 - результат, выраженный в процентах;
 - отношение затрат к результатам;
335. Результативность – это:
- результат, выраженный в процентах от запланированного
 - отношение затрат к результатам;
 - отношение результата к затратам;
 - √ степень достижения заранее намеченной цели, выраженная в процентах;
 - реализация конечной продукции.
336. Основные функции стратегического контроллинга планирования стратегии: 1) контроль процесса реализации общей стратегии; 2) координация всех этапов стратегического управления; 3) мониторинг системы стратегических индикаторов; 4) мотивация персонала на реализацию стратегии; 5) мониторинг персонала;
- √ 1, 2, 4
 - 4, 2
 - 3, 5
 - 2, 3, 5
 - 1, 2, 3
337. Виды функциональной структуры организации производства
- √ «простая» и «машинная бюрократия»
 - «адхократия» и «дробная»
 - адхократия» и «машинная бюрократия»
 - «простая» и «адхократия»
 - дробная» и «машинная бюрократия»
338. Какая взаимосвязь у структурных элементов фирмы (Дивизиональная) по Г. Минцбергу
- √ внутри и между предприятиями по направлениям
 - внутри и между начальниками отделов
 - внутри и между сотрудниками по специальности
 - внутри и между основными блоками подразделений
 - внутри и между компаниями по профилю
339. Какая взаимосвязь у структурных элементов фирмы (функциональной) по Г. Минцбергу
- √ внутри и между основными блоками подразделений
 - внутри и между начальниками отделов
 - внутри и между сотрудниками по специальности
 - внутри и между компаниями по профилю
 - внутри и между предприятиями по направлениям

340. Два основных направления, по которым осуществляется структуризация1. группирование работ вокруг ресурсов2. группирование работ вокруг результата деятельности3. группирование работ вокруг капитала4. группирование работ вокруг людей
- 2 и 3
 - 3 и 4
 - ✓ 1 и 2
 - 2 и 4
 - 1 и 4
341. Партиципативность – это
- ✓ вовлечение работников в анализ проблем и их решения
 - метод имитации выработки управленческих решений по заданным правилам
 - проектирование и перепроектирование работ
 - распределение прибыли в связи с ростом производительности
 - мотивация всех сотрудников
342. Для чего предназначена организационная структура управления ?
- ✓ для обеспечения единства действия всех элементов организации
 - для установления целей организации;
 - для реализации управленческих решений;
 - для получения прибыли;
 - для стимулирования действий работников организации;
343. Линейная организационная структура управления персоналом предполагает
- Временную основу работы, повышение многозвенности оргструктуры
 - авторитарность руководителя
 - ✓ Относительную автономность в работе, простую одномерность связей, возможность самоуправления
 - Двухуровневое руководство, существующее в небольших организациях
 - Множественность подчинённости персонала разным руководителям в соответствии с кругом решаемых задач
344. Структура организаций по Г. Минцбергу
- стратегический отдел – тактический отдел
 - ✓ Стратегическая вершина- Средняя линия- Вспомогательные персонал
 - Топ-менеджер – менеджер среднего звена – менеджер низового звена
 - директор – помощник – сотрудники
 - отдел планирования – отдел организации – отдел контроля
345. Что характеризуют линейные вертикальные связи организационной структуры ?
- ✓ подчиненность и ответственность по всем вопросам;
 - наличие совместно решаемых звеньями задач;
 - регламент.
 - социальная подчиненность;
 - подчиненность в рамках определенной функции;
346. Какие существуют типы дивизиональных оргструктур
- ✓ потребительские, региональные и продуктовые;
 - функциональные и проектные.
 - линейно-функциональные и штабные;
 - комбинированные и матричные;
 - адхократические, многомерные и партиципативные;
347. Определите критерий классификации целей по данной группе: Особо приоритетные, Приоритетные, Прочие.

- среда
- содержание
- √ приоритетность
- период установления
- структурные

348. К организационным структурам управления НЕ относятся

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

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

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

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

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

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

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

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

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

353. Какова основная современная тенденция в развитии организаций

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

354. В чем состоит основное отличие линейно-штабной организационной структуры управления организацией от линейно-функциональной
- в количестве функциональных подразделений;
 - ✓ в полномочиях функциональных подразделений;
 - в перегруженности главного менеджера
 - в функциях линейных руководителей
 - в количестве уровней.
355. Какой основной недостаток характерен для линейно-функциональных организационных структур управления предприятиями
- перегруженность главного менеджера ;
 - ✓ отсутствие единства действия;
 - высокий уровень конфликтности
 - излишняя звенность управления;
 - рост управленческого аппарата.
356. Организационные изменения встречают наибольшее сопротивление вследствие:
- консервативности людей
 - внешних обстоятельств
 - недостатка ресурсов для осуществления изменений
 - недостатка информации
 - ✓ неправильной последовательности действий
357. В чем особенность матричной структуры?
- информационная насыщенность
 - текучесть кадров
 - абсолютная власть
 - ✓ матричная ячейка подчиняется одновременно руководителю функционального и продуктового подразделений
 - многочисленность матричных ячеек
358. Преимуществами матричной структуры управления являются (выберите несколько):1) гибкость и адаптивность;2) улучшение использования интеллектуальных ресурсов;3) межфункциональная интеграция деятельности4) упрощенная система принятия решений5) текучесть кадров
- 1,3,5
 - ✓ 1,2,3
 - 3,4,5
 - 1,2,5
 - 1,3,4
359. Характерные особенности стратегических решений:
- 1) инновационны по своей природе;
 - 2) направлены на решение конкретных задач;
 - 3) неопределенны по своей природе;
 - 4) субъективны по своей природе;
 - 5) объективны по своей природе
- 3,5
 - 4,2
 - ✓ 1, 3, 4
 - 1, 2, 4
 - 2, 3, 5
360. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если на рассматриваемом уровне управление наиболее приближено к практической деятельности и призвано реализовать достижения других наук , то это уровень
- общенаучный
 - общественный ответ

- √ конкретная методология наук;
- методология, методика и технология стратегического управления;
- общеприкладной;

Важнейшие вопросы, в ответе на которые заключается сущность стратегического менеджмента:

- 361.
- 1) в каком положении предприятие находится в настоящее время;
 - 2) какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию;
 - 3) реальны ли установленные цели;
 - 4) в каком положении оно хотело бы находиться через три, пять, десять лет;
 - 5) каким способом достигнуть желаемого.

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

362. Стратегический менеджмент включает элементы всех предшествующих систем управления

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

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

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

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

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

365. Стратегическое планирование – это:

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

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

- √ стратегический финансовый план
- стратегический организационный план
- стратегический план производства
- экономический план

- базовая стратегия

Верные определения:

- 367.
- 1) стратегическое планирование более узкое понятие, чем стратегический менеджмент;
 - 2) стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов;
 - 3) стратегическое планирование – инструмент управления планами, а стратегический менеджмент – организационный инструмент;
 - 4) стратегическое планирование – организационный инструмент, стратегический менеджмент – аналитический процесс;
 - 5) в стратегическом планировании используются экономические и технологические переменные, а в стратегическом менеджменте, кроме того, учитываются психологические, социологические, социологические и политические факторы.

√ 1, 2, 5

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

Характерные черты стратегического планирования:

- 368.
- 1) содержит совокупность глобальных идей развития фирмы;
 - 2) устремлен на краткосрочную перспективу;
 - 3) служит основой для любого другого вида планирования
 - 4) предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период;
 - 5) не обуславливает изучение внешней и внутренней среды хозяйствования.

√ 1, 2, 4

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

Позиции, по которым стратегический план отличается от других видов плана:

- 369.
- 1) структура;
 - 2) степень точности;
 - 3) объем;
 - 4) период действия;
 - 5) цели.

√ 1, 2, 4, 5

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

- 370.
- Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип Интересы одного работника или группы работников не должны превалировать над интересами организации

√ подчиненность личных интересов общим

- единство направления
- выделение доминанты развития
- мотивации
- разделение труда

- 371.
- Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип Разработка и реализация стратегии организации строится исходя из имеющихся ресурсов и нацелена на превышение результатов над затратами в определенном плановом периоде

√ экономичность и эффективность

- единство направления
- выделение доминанты развития
- рациональность
- разделение труда

372. Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип? Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения ее целей. Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач
- √ научность
 - экономичность и эффективность
 - единство направления
 - системность
 - разделение труда
373. Принципы стратегического менеджмента – это основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип? Организация, действующая в динамичных условиях внешней среды, должна обладать единством целей, интересов и принципов управления?
- √ единство направления
 - экономичность и эффективность
 - выделение доминанты развития
 - единоначалие
 - разделение труда
374. Эволюционное развитие из стратегического планирования, которое составляет его сущностную основу, это:
- √ стратегическое управление
 - среднесрочное планирование
 - долгосрочное планирование
 - тактическое планирование
 - стратегическое планирование
375. Стратегический менеджмент относится только:
- √ к высшему руководству организации
 - к тактическому уровню
 - к среднему уровню
 - всем уровням руководства (менеджмента) организации
 - уровням стратегических зон хозяйствования
376. Стратегический менеджмент- это:
- совершенствование стратегий организации
 - управление бизнес- единицей
 - долгосрочное планирование
 - формирование стратегических направлений (зон) хозяйствования организации
 - √ распространение менеджмента на долгосрочные цели и действия организации
377. Основными элементами стратегического управления являются:
- менеджмент, маркетинг, бенчмаркинг
 - бюджетирование и стратегическое планирование
 - стратегическое планирование и тактическое планирование
 - √ стратегическое планирование, реализация стратегии, стратегический контроль
 - субъекты и объекты стратегического управления
378. Какие из приведенных позиций относятся к функциям стратегического планирования:
- 1) содержит основные проблемы организации;
 - 2) является наиболее долгосрочным по сравнению с другими видами планирования;
 - 3) определяет технологию производства продукции;
 - 4) придает деятельности организации в разные периоды стройность и внутреннее единство;
 - 5) заставляет высшее руководство организации активизировать свою работу
- √ 1, 2, 4, 5
 - 3,5

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

Что из перечисленного является характерными признаками стратегического управления:

- 379.
- 1) видение долгосрочной перспективы организации;
 - 2) ориентация деятельности на запросы потребителей;
 - 3) опора на человеческий потенциал как стержень организации, ее основную ценность;
 - 4) осуществление гибкого реагирования на изменения во внешней среде;
 - 5) ориентация на выживание и достижение целей организации в долгосрочной перспектив

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

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

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

Какими особенностями характеризуются стратегические решения ?

- 381.
- 1) инновационны по своей природе;
 - 2) направлены на задачи;
 - 3) неопределенны по своей природе;
 - 4) субъективны по своей природе;
 - 5) объективны по своей природе;

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

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

- проектам
- программам
- целям
- √ результатам
- ориентирам

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

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

К числу стратегических решений можно отнести:

- 384.
- 1) реконструкцию предприятия;
 - 2) внедрение новой технологии;
 - 3) пересмотр условий поставки;
 - 4) выход на новые рынки сбыта;
 - 5) приобретение, слияние предприятий.

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

Выберите важнейшие вопросы, в ответе на которые, заключается сущность стратегического управления:

- 385.
- 1) в каком положении предприятие находится в настоящее время;
 - 2) какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию;
 - 3) реальны ли установленные перспективные цели;
 - 4) в каком бы положении оно хотело бы находиться через три, пять, десять лет;
 - 5) каким способом достигнуть желаемого положения

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

- 386.
- выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если рассматривается совокупность знаний об управлении в социально-экономических системах (статистика, менеджмент, социология, право, макроэкономика, микроэкономика, теория управления и др.) , то это уровень

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

- 387.
- Стратегическое управление – это управление в социальноэкономических системах, где выделяются функциональная, процессная и элементная стороны. Если управление рассматривается как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определенных результатов , то какая это сторона управления

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

- 388.
- Что это за определение стратегического менеджмента: процесс, посредством которого осуществляется взаимодействие организации с ее окружением

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

- 389.
- Что это за определение: комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития ?

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

- 390.** Стратегия организации это:
- √ генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
 - деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка);
 - реализация программы деятельности организации в рыночных условиях.
 - обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов;
 - практическое использование методологии стратегического управления;
- 391.** Стратегия организации – это:
- долгосрочное планирование
 - определение видов бизнеса
 - √ основное направление развития и деятельности организации
 - то же, что и цели организации
 - генеральная программа организации на перспективу с учетом приоритетов задач, ресурсов и действий
- 392.** Что это за определение: комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры.
- √ стратегическое планирование
 - долгосрочное планирование
 - стратегический менеджмент
 - стратегия
 - стратегическое управление
- 393.** Что это за определение стратегического менеджмента: процесс, посредством которого осуществляется взаимодействие организации с ее окружением ?
- долгосрочное планирование
 - √ стратегическое управление
 - стратегический менеджмент
 - стратегия
 - стратегическое планирование
- 394.** Что не входит в составные элементы процесса стратегического планирование
- 1) определение миссии предприятия;
 - 2) формирование целей и задач предприятия;
 - 3) реализация стратегии;
 - 4) анализ и оценка внешней и внутренней среды;
 - 5) анализ видов стратегии.
- 4,2
 - √ 1, 2, 4
 - 1, 2, 5
 - 2, 3, 5
 - 3,5
- 395.** Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если на рассматриваемом уровне совокупность взглядов, знаний о явлениях окружающего мира. Этот уровень образуют такие науки как философия, математика, теория информации и др. , то это уровень
- межотраслевой.
 - √ общефилософский
 - конкретная методология наук
 - методология, методика и технология стратегического управления
 - общенаучный
- 396.** Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что.....

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

397. Какова последовательность действий в рамках стратегического управления

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

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

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

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

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

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

- инновации
- ✓ производство
- финансы
- маркетинг
- менеджмент

401. Чем отличается тактический план от операционного:

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

402. Профессионально сделанная маркетинговая стратегия гарантирует фирме:

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

403. Маркетинговая стратегия представляет собой

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

404. Маркетинговый подход в стратегическом управлении предполагает:

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

К числу стратегических решений можно отнести:

- 405.
- 1) реконструкцию предприятия;
 - 2) внедрение новой технологии;
 - 3) пересмотр условий постановки;
 - 4) выход на новые рынки сбыта;
 - 5) приобретение, слияние предприятий.

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

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

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

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

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

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

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

409. Что понимается под целями организации:

- ✓ ключевые результаты к которым стремится организация в своей деятельности

- стержневые результаты деятельности организации
- количественные результаты деятельности организации;
- линия деятельности организации;
- основные направления деятельности организации

410. Что понимается под парадигмой управления:

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

411. Три основные элемента, составляющие процесс стратегического менеджмента

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

Определите последовательность этапов в развитии корпоративного управления:

412. 1) стратегическое планирование;
2) бюджетирование;
3) долгосрочное планирование;
4) оперативное планирование;
5) стратегический менеджмент

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

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

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

414. Какой процесс является исходным в стратегическом управлении организацией

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

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

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

416. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления:
начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии (стратегическое планирование)
- ✓ управление на основе предвидения изменений
 - управление на основе контроля за исполнением
 - управление на основе гибких экстренных решений
 - тактическое планирование.
 - долгосрочное планирование;
417. ак называется данный этап в развитии методологии стратегического управления:
реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы
- ✓ управление на основе гибких экстренных решений;
 - управление на основе контроля за исполнением
 - управление на основе предвидения изменений
 - планирование на основе экстраполяции?
 - долгосрочное планирование
418. Что представляет собой уровень управления ?
- ✓ степень подчиненности и ответственности
 - вид руководства
 - вид подчиненности;
 - вид деятельности.
 - вид ответственности
419. Что это за определение стратегического менеджмента: источник формирования конкурентного преимущества организации
- ✓ потенциал;
 - целевые установки
 - миссия
 - видение
 - сцена
420. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию стратегического управления. Если рассматривается уровень , дает понимание общих подходов, принципов, форм организации системы. Этот уровень образуют науки: теория систем, кибернетика, теория организации и др. , то это уровень
- ✓ методология, методика и технология стратегического управления;
 - общефилософский;
 - общенаучный
 - динамический.
 - конкретная методология наук;
421. Что является характерным для менеджеров при стратегическом управлении:
1) ориентация внутрь организации;
2) поиск путей более эффективного использования ресурсов;
3) поиск новых возможностей в конкурентной борьбе; 1
4) отслеживание и адаптация к изменениям в окружении;
5) ориентация на внешнюю среду.
- ✓ 3, 4, 5
 - 1, 2, 4
 - 3, 5
 - 4, 2
 - 1, 2, 4
422. При стратегическом управлении планы организации:
- не позволяют организации реагировать на изменения в окружении.

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

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

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

Последовательность, в которой должны отражаться этапы процесса стратегического планирования:

424. 1) миссия предприятия;
2) цели предприятия;
3) стратегический анализ;
4) концепция общей стратегии;
5) планирование.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

429. Что это за определение стратегического менеджмента: выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм ?
- √ миссия
 - сцена;
 - целевые установки;
 - видение
 - потенциал;
430. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это
- √ стратегия
 - бизнес-стратегия
 - наступательная стратегия:
 - корпоративная стратегия
 - функциональная стратегия
431. Целеполагание организации включает:
- √ определение бизнеса, основных целей и корпоративной философии;
 - процессы разработки миссии, целей и стратегий организации
 - определение миссии организации
 - определение долгосрочных целей организации.
 - установление основных целей;
432. Миссия организации – это:
- √ концепция смысла существования организации;
 - программа развития организации.
 - философия организации;
 - качественно выраженная совокупность основных целей и предпринимательских намерений
 - основная характеристика продукции бизнеса
433. Цели разрабатываемые в рамках общих целей по основным видам деятельности в каждом производственном отделении фирмы и выражающиеся в количественных и качественных показателях – это:
- √ специфические
 - общие
 - перспективные
 - тактические.
 - стратегические;
434. Что это за определение стратегического менеджмента: долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии ?
- √ целевые установки
 - видение.
 - миссия
 - сцена
 - потенциал
435. По очередности достижения цели делятся на...
- √ краткосрочные, промежуточные и долгосрочные
 - конкурирующие
 - независимые
 - экономические и неэкономические
 - большие и малые

436. Цели организации должны:
- √ четко и конкретно фиксировать конечное состояние
 - задавать конкретные сроки выполнения
 - определять ответственных за достижение определенных целей;
 - определять планы организации.
 - задавать общие направления функционирования организации ;
437. Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: количественные, качественные
- √ измеримость;
 - содержание
 - структурные;все вместе.
 - все вместе.
 - период установления
438. Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: особо приоритетные, приоритетные, прочие
- √ период установления
 - структурные;
 - среда;
 - все вместе
 - период установления
439. Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: внутренние, внешние.
- √ среда
 - содержание
 - структурные;
 - все вместе
 - период установления
440. Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: маркетинговые, инновационные, кадровые, производственные, финансовые, административные
- √ структурные
 - содержание ;
 - среда
 - все вместе.
 - период установления ;
441. Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: экономические, организационные, научные, социальные, технические, политические:
- √ содержание
 - структурные
 - среда
 - все вместе.
 - период установления
442. Классификация целей позволяет конкретизировать задачу целеполагания и использовать соответствующие механизмы и методы, разработанные для классов целей. Определите критерий классификации целей по данной группе: стратегические, тактические, оперативные
- √ период установления

- структурные
- среда;
- все вместе взятое
- содержание

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

- √ иерархия
- структурные
- среда
- все вместе.
- содержание;

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

- √ стадии жизненного цикла
- содержание ;
- среда
- все вместе
- период установления

Миссия организации:

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

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

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

- √ целевые установки
- потенциал
- сцена
- миссия

447. Главная цель управления знаниями в организации – это

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

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

- √ период установления
- структурные
- среда
- сфера действия
- содержание

449. Перефразируя П. Друкера, И. Ансофф пишет: Стратегическое планирование – это управление по планам, а стратегический менеджмент- это управление по
- программам
 - √ результатам
 - ориентирам
 - целям
 - проектам
450. Руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы, не сама цель, а скорее, чувство основной цели фирмы – это
- √ видение
 - политика;
 - пла
 - миссия
 - тактика;
451. Определение миссии в узком понимании О.С. Виханского:
- √ сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация;
 - конечная цель организации
 - 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
452. Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия). Выйти на первое место по продаже продукции (определенного вида) на рынке. К какой подсистеме относится данная цель
- менеджмент
 - производство
 - √ маркетинг
 - научно-исследовательские разработки (инновации)
 - финансы
453. Пример ключевой цели организации (промышленного предприятия). Достичь наивысшей производительности труда при производстве всех (или определенных) видов продукции.К какой подсистеме относится данная цель
- √ производство;
 - научно-исследовательские разработки
 - менеджмент;
 - финансы;
 - маркетинг
454. Организация – это:
- √ отдельное юридическое лицо, осуществляющее деятельность;
 - субъект управления.
 - система управления;
 - функция системы управления;
 - вид деятельности
455. Цели, отражающие концепцию развития фирмы и разрабатываемые на длительную перспективу – это:
- стратегические
 - специфические;
 - перспективные;
 - тактические.
 - √ общие;

456. Кто предлагает рассматривать внимание менеджера как ограниченный ресурс, влияющий на процесс принятия управленческих решений.
- Д. Чандлер.
 - Б. Карлофф
 - ✓ Г. Саймон;
 - М. Портер;
 - П. Друкер
457. Аудит человеческих ресурсов это: 1. Исследование численности персонала 2. Исследование умений персонала 3. Исследование структуры персонала 4. Исследование возрастных мотивационных персонала 5. Исследование характеристики персонала
- 4, 2
 - ✓ 1, 2, 3
 - 1, 2, 4
 - 2, 3, 5
 - 3, 4, 5
458. Выделяют факторы, определяющие формирование и применение организационной культуры: 1. технические факторы 2. географические факторы 3. отношение к работе и стиль поведения руководителей 4. мотивация персонала 5. критерии отбора, назначения, продвижения и увольнения из организации.
- 4, 2
 - ✓ 1, 2, 3
 - 1, 2, 4
 - 2, 3, 5
 - 3, 5
459. Выделяют факторы, определяющие формирование и применение организационной культуры: 1. ценности и убеждения высшего руководства 2. свойства продукции 3. реакция руководства на критические ситуации 4. анализ стратегии 5. выбор альтернатив
- 3, 5
 - ✓ 1, 3
 - 4, 2
 - 1, 2, 4
 - 2, 3, 5
460. Организационная культура- это
- стратегия, направленная на защиту окружающей среды
 - ✓ это сформированная на протяжении всей истории предприятия совокупность приемов и правил адаптации организации к требованиям внешней среды и формирования внутренних отношений между группами работающих развития корпорации
 - стратегия, базирующаяся на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новой продукции
 - совокупность людей, организаций, предприятий, с которыми фирма вступает во взаимоотношения
461. Среди перечисленных ниже утверждений выберите верное:
- ✓ корпоративная культура появляется, как правило, сама собой, достаточно лишь руководству компании продекларировать свое видение будущего и отношение к ценностям
 - Корпоративная культура – результат целенаправленной деятельности
 - в создании корпоративной культуры слова значат больше действий
 - корпоративная культура слабо влияет на характер сотрудников и реакцию покупателей
 - корпоративная культура медленно, день за днем, формируется решениями и действиями, отражающими приоритеты руководителей
462. Совокупность основных руководящих ориентиров, которым необходимо следовать в управленческой деятельности – это
- ✓ принципы
 - школы управления
 - функции
 - законы

- методы
463. К характерным особенностям корпоративной культуры, в которой отношение к людям имеет большое значение, не относится:
- командная работа
 - ✓ «парковочное» общение
 - уважительное и открытое общение
 - активная работа и позитивный настрой сотрудников
 - тесное сотрудничество и работа в команде
464. При отборе кандидатов ему следует учесть три безусловных критерия, обеспечивающих долговременный успех. Ниже приведены четыре. Укажите лишний:
- соответствие
 - способности
 - ✓ совместимость
 - самостоятельность
 - инициативность
465. Высокая текучесть кадров, жалобы, производственные травмы и возмущение со стороны работников — все это характерные признаки корпоративной культуры:
- «развития»
 - «выживания»
 - «действия»
 - ✓ «существования»
 - «процветания»
466. Ключевым фактором в любой модели управления являются:
- Идеи
 - ✓ Люди.
 - Средства производства.
 - Финансы.
 - Структура управления.
467. Любое предприятие независимо от его правовой формы обязано иметь
- ✓ руководство
 - помещение, офис.
 - средства, оборудование.
 - штатных сотрудников.
 - информационные технологии
468. Какая последовательность приоритетов позволит фирме добиться успеха:
- ✓ Люди - продукция - прибыль.
 - Прибыль - люди - продукция.
 - Прибыль-продукция-люди
 - Люди - прибыль - продукция.
 - Продукция - прибыль - люди.
469. Экономические методы воздействуют на личные интересы работников через:
- ✓ заработную плату, премии, штрафы
 - социальные льготы
 - дисциплину
 - ценообразование
 - правильно поставленную критику

470. Предприятие имеет
- определенную структуру
 - оформленность
 - √ все перечисленное
 - устав
 - имущество
471. Предприятие выступает в хозяйственной практике
- √ от собственного имени
 - от имени физического лица
 - от имени конкурента
 - от имени юриста
 - от имени покупателя
472. Предприятие утверждается согласно
- √ закону
 - решению суда
 - сговору
 - постановлению суда
 - договоренности
473. Предприятие – это
- ни одно из них
 - все перечисленное
 - √ юридическое лицо
 - физическое лицо
 - контактное лицо
474. Раздел стратегического плана предприятия, в котором находят отражение показатели объема производства продукции в целом и по видам:
- маркетинг
 - финансовые ресурсы
 - производство
 - трудовые ресурсы
 - √ НИОКР
475. Как называется данный принцип нацелено на выполнение работы, большей по объему и лучшей по качеству, при одних и тех же условиях ?
- выделение доминанты развития;
 - кооперация труда
 - √ разделение труда
 - экономичность и эффективность
 - единство направления
476. Как называется данный принцип Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения ее целей. Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач ?
- √ научность
 - кооперация труда
 - единство направления
 - экономичность и эффективность
 - разделение труда
477. Для школы человеческих отношений характерны:

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

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

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

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

- √ оперативного управления;
- бюджетного планирования
- долгосрочного управления;
- текущего управления;
- стратегического управления

Какие из следующих положений характерны для принципов управления персоналом в рамках стратегического управления:

480. 1) работники – это ресурс организации;
2) персонал – это исполнители отдельных работ и функций;
3) работники – основа организации;
4) работники – основная ценность организации;
5) персонал – это источник благополучия фирмы

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

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

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

482. Каковы основные составляющие организационной культуры

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

483. Что такое коммуникационные сети

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

Основные элементы организационной культуры:

- 484.
- 1) ценности, социальные установки;
 - 2) уровни иерархии;
 - 3) нравственные принципы и деловая этика;
 - 4) методы мотивации работников;
 - 5) стиль руководства

✓ 1, 3, 4, 5

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

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

✓ корпоративная стратегия

- бизнес-стратегия;
- стратегия;
- конкурентная стратегия.
- функциональная стратегия

486. Организационная культура – это:

✓ совокупность разделяемых персоналом ценностей идей и норм

- закрепленный приказом регламент деятельности персонала;
- правила поведения;
- норматив поведения в организации
- этикет и правила поведения, принятые в фирме

487. Определите критерий классификации целей по данной группе: Количественные, Качественные

✓ измеримость

- содержание
- структурные
- приоритетность
- период установления

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

✓ оперативного управления;

- целевого управления
- тактического управления;
- долгосрочного управления.
- стратегического управления;

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

✓ общие

- специфические;
- перспективные;
- тактические
- стратегические;

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

✓ целевые установки

- сцена;
- миссия
- видение.
- потенциал;

491. Руководящая философия бизнеса, обоснование существования фирмы, не сама цель, а скорее чувство основной цели фирмы это:
- √ видение;
 - тактика
 - миссия
 - план.
 - политика;
- Характеристики, которыми должны обладать цели:
492. 1) измеримость;
2) определенность во времени, сроках достижения;
3) достижимость;
4) конкретность;
5) согласованность.
- 1, 2, 4
 - 3,5
 - 4,2
 - √ 1, 2, 3, 4, 5
 - 2,3, 5
493. Философия организации – это
- √ основные принципы и смысл предпринимательской деятельности организации
 - то же, что и миссия.
 - задачи и принципы развития организации;
 - программа развития организации.
 - качественные цели развития организации;
494. Что это за определение стратегического менеджмента: долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии ?
- √ целевые установки;
 - сцена;
 - миссия;
 - видение.
 - потенциал
495. По очередности достижения цели делятся на:
- √ краткосрочные, промежуточные и долгосрочные;
 - стимулирующие;
 - конкурирующие, независимые и дополнительные
 - экономические и неэкономические.
 - большие и малые
496. Какое из нижеприведенных определений характеризует цели организации:
- √ конкретные конечные состояния системы или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе
 - реализация планов организации;
 - предписанная работа, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее оговоренные сроки;
 - разработка оперативных планов.
 - философия и предназначение, смысл существования организации;
497. Исходный этап процесса стратегического управления:
- √ анализ среды
 - определение целей фирмы
 - выработка стратегий поведения фирмы на рынке;
 - определение видения фирмы.

- предделение миссии фирмы;

498. Цель организации- это:

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

499. По очередности достижения цели делятся на

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

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

- содержание
- измеримость
- период установления
- √ повторяемость
- все вместе