Тесты

Стратегический анализ и планирование

**Тема 1**

1. «Отцами» стратегического планирования считаются

1) А. Чандлер, К.Эндрюс, И.Ансофф, М.Портер, Г.Минцберг

2) И.Ансофф, А.Чандлер, К.Эндрюс

3) М.Портер, Г.Минцберг, Р.Брандербург, К.Эндрюс

4) Ф.Гилмор, И.Ансофф, М.Портер, Г.Стейнер

5) И.Ансофф, А.Чандлер

2. «Отцами» стратегического планирования считаются

1) Б. Ричардсон, И.Ансофф, Г.Минцберг, К.Эндрюс

2) И. Ансофф, М.Портер, Г.Стейнер

3) К.Эндрюс, А.Чандлер, И.Ансофф

4) Г.Сейнер, Р. Брандербург, М.Портер, И.Ансофф

5) А.Чандлер, И.Ансофф, К.Эндрюс

1. В теории стратегического менеджмента выделяются следующие школы

1) Дизайна, Планирования, Позиционирования, Предпринимательства, Власти

2) Конфигурации, Внешней среды, Обучение, Власти, Культуры

3) Обучения, Планирования, Дизайна, Предпринимательства, Власти

4) Внешней среды, Обучения, Власти, Внутренней среды, Когнитивная

5) Культуры, Обучения, Дизайна, Власти, Прогнозирования

4. В теории стратегического менеджмента выделяются следующие школы

1) Культуры, Дизайна, Планирования, Обучения, Стратегии

2) Власти, Внешней Среды, Когнитивная, Дискретная, Культуры

3) Конфигурации, Культуры, Обучения, Власти, Единая

4) Внешней среды, Позиционирования, Обучения, Культуры, Стабильности

5) Планирования, Обучения, Дизайна, Культуры, Власти

5. В теории стратегического менеджмента выделяются следующие школы

1) Дизайна, Планирования, Культуры, Власти, Обучения

2) Внешней среды, Предпринимательства, Обучения, Власти, Дизайна

3) Позиционирование, Власти, Культуры, Обучения, Тактики

4) Дискретная, Неформальная, Обучения, Дизайна, Культуры

5) Обучения, Идеологического обучения, Моральная, Материальная

6. Стратегия Генри Минцберга «5P» включает в себя следующие элементы

1) План, модель, позиционирования, перспектива, проделка

2) План, образец, позиционирования, перспектива, проделка

3) План, шаблон, позиционирования, перспектива, проделка

4) Модель, план, перспектива, позиционирования, отвлекающий маневр

5) План, идеология, перспектива, позиционирование, проделка

7. Стратегия Генри Минцберга «5Р» включает в себя следующие элементы

1) План, шаблон, позиционирование, перспектива, проделка

2) Перспектива, маневр, модель, план, позиционирование

3) План, образец, стратегия, перспектива, маневр

4) План, тактика, модель, маневр, перспектива

5) План, шаблон, фактор, модель, тактика

8. Подход к процессу выработки стратегии Б.Ричардсона и Р.Ричардсона включается следующие виды планирования

1) Корпоративное, итеративное, интуитивное, хаотическое

2) Корпоративное, технологическое, хаотическое, интуитивное

3) Корпоративное, итеративное, интуитивное, техническое

4) Корпоративное, технологическое, техническое, хаотическое

5) Итеративное, интуитивное, хаотическое, корпоративное

9. Стратегический план предприятия обычно включает следующие разделы

1) Цели и задачи, текущие операции, функциональные стратегии, наиболее значимые проекты, внеэкономическая деятельность

2) Цели и задачи, анализ деловой среды, финансовая стратегия, стратегия предприятия, капиталовложение

3) Цели и задачи, стратегия предприятия, функциональные стратегии, наиболее значимые проекты, планирования неожиданностей

4) Цели и задачи, стратегия НИОКР, социальная стратегия, стратегия маркетинга, стратегия предприятия

5) Цели и задачи, социальная стратегия, экологическая стратегия наиболее значимые проекты, капиталовложения

10. Стратегический план предприятия обычно включает следующие разделы

1) Планирование неожиданностей, функциональная стратегия, цели и задачи, текущие операции, социальная стратегия

2) Стратегия предприятия, функциональные стратегии, наиболее значимые проекты, внеэкономическая значимость, стратегия маркетинга

3) Планирование неожиданностей, цели и задачи, текущие операции, стратегия предприятия, внеэкономическая деятельность

4) Стратегия производства, социальная стратегия, анализ внешней среды, цели и задачи, стратегия предприятия

5) Цели и задачи, текущие операции, функциональные стратегии, наиболее значимые проекты, социальная стратегия.

11. По мнению Девида Хасси стратегический план должен отражать как минимум следующие моменты

1) Допущение на которых должен быть основан план

2) Оценка расхождении и прибыльности

3) Детализированный анализ риска

4) Финансовые результаты плана

5) Экономические результаты плана

12. По мнению Девида Хасси стратегический план должен отражать как минимум следующие моменты

1) Изложение корпоративного видения и целей

2) Стратегические проблемы, которые возникают при корпоративной оценке

3) Технические результаты плана

4) Анализ деловой окружающей среды

5) Оценка расхождения и прибыльности

13. По мнению Девида Хасси стратегический план должен отражать как минимум следующие моменты

1) Технологические результаты плана

2) Оценка расхождения и прибыльности

3) Финансовые результаты плана

4) Возможности составленного плана

5) Наличие основных фондов

14. По мнению Девида Хасси стратегический план должен отражать как минимум следующие моменты

1) Допущение на которых должен быть основан план

2) Технические результаты плана

3) Тактические результаты плана

4) Финансовые результаты плана

5) Тактика выполнения плана

ТЕМА – 2

Стратегический анализ

15. Динамизм при анализе деловой окружающей среды измеряется следующими переменными

1) Степень изменения цен поставщиков

2) Степень изменения цен конкурентов

3) Степень изменения в кривой спроса на продукт

4) Степень изменения в методах конкуренции

5) Степень изменения в результате влияния новой технологии

16. Динамизм при анализе деловой окружающей среды измеряется следующими переменными

1) Степень изменения цены капитала

2) Степень изменения в политике регулирования рынка

3) Степень изменения в методах конкуренции

4) Степень изменения в методах оплаты труда

5) Степень изменения в мотивации труда

17. Динамизм при анализе деловой окружающей среды измеряется следующими переменными

1) Степень изменении в предложении труда

2) Степень изменения физических ресурсов предприятия

3) Степень изменения человеческих ресурсов предприятия

4) Степень изменения цен конкурентов

5) Степень изменения цены поставщиков

18. Динамизм при анализе деловой окружающей среды измеряется следующими переменными

1) Степень изменения нематериальных активов предприятия

2) Степень изменения структуры затрат предприятия

3) Степень изменения в политике регулирования рынка

4) Степень изменения в методах конкуренции

5) Степень изменения в кривой спроса на продукт

19. Сложность окружающей среды при анализе определяется следующими элементами

1) Уровень географической концентрации поставщиков в определенном секторе рынка

2) Количество различных поставщиков в одной категории материалов в определенной рыночной нише

3) Уровень продуктовой дифференциации по сегментам отрасли внутри определенного сектора рынка

4) Уровень технологической диверсификации внутри

5) Уровень социокультурной диверсификации в рыночной нише

20. Сложность окружающей среды при анализе определяется следующими элементами

1) Уровень географической концентрации труда в определенном секторе рынка

2) Уровень географической концентрации компании – конкурентов в определенном секторе рынка

3) Уровень кредиторской задолжности предприятии

4) Уровень эксплуатационных затрат на предприятиях

5) Уровень диверсификации всех форм бизнеса в рыночной нише

21. Сложность окружающей среды при анализе определяется следующими элементами

1) Уровень материальных ресурсов предприятия

2) Уровень заемных средств предприятия

3) Уровень продуктовой дифференциации по сегментам отрасли внутри определенного сектора рынка

4) Уровень рентабельности активов предприятия

5) Уровень социокультурной диверсификации в рыночной нише

22. Анализ дальней окружающей среды включает следующие элементы

1) Экономическую среду

2) Социально - политическую среду

3) Технологическую среду

4) Техническую среду

5) Физическую среду

23. Анализ дальней окружающей среды включает следующие элементы

1) Циклическую среду

2) Экономическую среду

3) Технико-технологическую среду

4) Социально - политическую среду

5) Технологическую среду

24. Анализ дальней окружающей среды включает следующие элементы

1) Производственных трендов

2) Структурных сдвигов

3) Конкурентного анализа

4) Техническую среду

5) Эконмическую среду

25. Анализ дальней окружающей среды включает следующие элементы

1) Конкурентного анализа

2) Циклическую среду

3) Тактическую среду

4) Структурные сдвиги

5) Техническую среду

26. Конкурентный анализ ближней окружающей среды проводят обычно по следующим параметрам

1) Структурный анализ конкурентного окружения

2) Анализ стратегических групп

3) Анализ структуры рынка

4) Анализ внешней среды

5) Анализ экономической среды

27. Структурный анализ конкурентного окружения по М. Партеру проводится с помощью следующих сил конкуренции

1) Угроза появления в отрасли новых конкурентов

2) Способность покупателей добиваться снижения цен

3) Способность поставщиков добиваться повышения цен на их продукции

4) Угроза появления на рынке заменителей продукции

5) Соперничество между существующими конкурентами

28. Структурный анализ конкурентного окружения по М. Портеру проводится с помощью следующих сил конкуренции

1) Способность покупателей добиваться снижение цен

2) Угроза появления на рынке заменителей продукции

3) Соперничество между существующими конкурентами

4) Способность поставщиков добиваться понижения цен на их продукцию

5) Отсутствие на рынке конкурентов

29. Барьеры которые затрудняют появление новых конкурентов на рынке по М.Портеру

1) Экономия за счет масштаба деятельности

2) Дифференция продуктов

3) Потребность в капиталовложениях

4) Издержки переключения

5) Доступ к каналам распределения

30. Барьеры которые затрудняют появление новых конкурентов на рынке по М.Портеру

1) Правительственная политика

2) Издержки возникающие независимо от масштабов деятельности

3) Потребность в капиталовложениях

4) Издержки эксплуатации

5) Дифференциация фондов

31. Барьеры которые затрудняют появление новых конкурентов на рынке по М.Портеру

1) Дифференциация затрат

2) Экономия за счет масштабов

3) Издержки переключения

4) Доступ к каналам распределения

5) Издержки затрат

32. Различная способность покупателей добиваться снижение цен по М.Партеру выражается

1) Когда они совершают закупки в больших объемах

2) Когда они существенно заинтересованы в экономии средств

3) Когда они имеют низкие доходы

4) Когда они сами производят приобретаемый продукт

5) Когда они покупают продукты с ценой за доставку

33. Различная способность покупателей добиваться снижение цен по М.Партеру выражается

1) Когда они обладают полной информацией

2) Когда они крайне озабочены качеством продуктов

3) Когда они имеют низкие доходы

4) Когда они совершают закупки в малых объемах

5) Когда они не заинтересованы в экономии средств

34. Различная способность покупателей добиваться снижение цен по М.Партеру выражается

1) Когда они совершают закупки в больших объемах

2) Когда они имеют большие доходы

3) Когда они сами производят приобретаемый продукт

4) Когда они обладают полной информацией

5) Когда они заинтересованы в покупках

35. Различные способы поставщиков добиваться повышения по М. Портеру цен выражаются:

1) Когда поставщикам не надо бороться с продуктами-заменителями

2) Когда существенная часть продаж конкретного поставщика не зависит от конкретного потребителя

3) Когда продукция поставщика уникальна

4) Когда поставщик создает реальную угрозу форвардной интеграции

5) Когда они заинтересованы в поставке

36. Различные способы поставщиков добиваться повышения по М. Портеру цен выражаются:

1) Когда они крайне озабочены поставками

2) Когда они поставляют товары в больших объемах

3) Когда поставщикам не надо бороться с заменителями

4) Когда продукция поставщика уникальна

5) Когда они не обладают информацией

37. Различные способы поставщиков добиваться повышения по М. Портеру цен выражаются:

1) Когда они имеют большие доходы

2) Когда они имеют плохое качество товара

3) Когда на рынке очень много поставщиков конкретного товара

4) Когда поставщикам не надо бороться с продуктами заменителями

5) Когда существенная часть продаж конкретного поставщика не зависит от конкретного потребителя

38. Соперничество между действующими конкурентами возрастает по М. Портеру в тех отраслях где доминируют следующие условия:

1) В отрасли конкурирует много фирм и они равны по величине

2) Данная отрасль развивается медленно

3) У фирм высокие постоянные издержки

4) Фирмы несут большие расходы на хранение

5) Трудно продать узкоспециализированное оборудование для ухода из отрасли

39. Соперничество между действующими конкурентами возрастает по М. Портеру в тех отраслях где доминируют следующие условия:

1) Наличие трудового соглашения, нарушение которого обойдется дорого

2) Когда производственные мощности приходиться наращивать резкими скачками

3) Фирмы считаются со сроками, в течение которых необходимо продать продукт

4) В отрасли мало конкурентов

5) У фирм невысокие постоянные издержки

40. Соперничество между действующими конкурентами возрастает по М. Портеру в тех отраслях где доминируют следующие условия:

1) Данная отрасль развивается медленно

2) Издержки переключения с одного товара конкурента на другой товар другого конкурента невелики

3) Нет серьезных препятствии ухода из отрасли

4) Большое количество основных фондов на фирмах

5) Фирмы несут большие расходы на хранение

41. Выделяются следующие показатели, которые используются при анализе стратегических групп:

1) Уровень продуктового разнообразия

2) Уровень географического охвата

3) Число выделенных рыночных сегментов

4) Используемые каналы распределения

5) Количество работников

42. Выделяются следующие показатели, которые используются при анализе стратегических групп:

1) Виды оборотных фондов

2) Число торговых марок

3) Условия в области маркетинга

4) Качество товаров и услуг

5) Лидерство в области технологии

43. Выделяются следующие показатели, которые используются при анализе стратегических групп:

1) Возможности в области НИОКР

2) Позиции в области издержек

3) Возраст работников

4) Структура собственности

5) Размер предприятия

44. Выделяются следующие показатели, которые используются при анализе стратегических групп:

1) Позиции в области издержек

2) Политика в области ценообразования

3) Число торговых марок

4) Структура кредитов

5) Качество товаров и услуг

45. Основные этапы хозяйственной деятельности создающие главные ценности по М.Портеру

1) Материально-техническое обеспечение (логистика)

2) Изготовление продукции

3) Складирование

4) Маркетинг

5) Обслуживание товара у потребителя

46. Основные этапы хозяйственной деятельности создающие главные ценности по М.Портеру

1) Маркетинг

2) Изготовление продукции

3) Технологический обеспечение

4) Управление персоналом

5) Обеспечение материалами внутри предприятия

47. Основные этапы хозяйственной деятельности создающие главные ценности по М.Портеру

1) Изготовление продукции

2) Управленческая структура

3) Складирование

4) Технология

5) Кадры

48. Анализ потенциала предприятия предлагается проводить по следующей схеме

1) Оценка ресурсов и эффективность предприятия

2) Финансовый анализ деятельности предприятия

3) Сравнительный анализ

4) Организация процедуры оценки ресурсного потенциала предприятия

49. При оценки ресурсов они группируются следующим образом

1) Физические ресурсы

2) Человеческие ресурсы

3) Финансовые ресурсы

4) Нематериальные активы

5) Технологические ресурсы

50. При оценки ресурсов они группируются следующим образом

1) Экономические ресурсы

2) Экологические ресурсы

3) Физические ресурсы

4) Финансовые ресурсы

5) Человеческие ресурсы

51. Анализ основных средств на предприятии выполняется для определения:

1) Структуры основных средств

2) Возможности по увеличению производства

3) Эффективности использования основных средств

4) Мероприятии по консервации отдельных объектов

5) Показатели выбытия и обновление основных средств

52. Анализ основных средств на предприятии выполняется для определения:

1) Эффективности использования оборотных средств

2) Эффективности использования средств обращения

3) Эффективности использования запасных частей

4) Эффективности использования основных фондов

5) Эффективности использования незаконченного строительства

53. Для характеристики состояния основных фондов определяет следующие показатели

1) Коэффициент износа

2) Коэффициент выбытия

3) Коэффициент обновления

4) Коэффициент готовности

5) Коэффициент спроса

54. Для характеристики состояния основных фондов определяет следующие показатели

1) Коэффициент износа

2) Коэффициент эффективности

3) Коэффициент годности

4) Коэффициент отдачи

5) Коэффициент емкости

55. Для характеристики состояния основных фондов определяет следующие показатели

1) Коэффициент выбытия

2) Коэффициент оборачиваемости

3) Коэффициент вооруженности

4) Коэффициент срочности

5) Коэффициент отдачи

56. К финансовым коэффициентам финансового состояния предприятия относятся

1) Коэффициент текущей ликвидности

2) Коэффициент обеспечения собственными средствами

3) Коэффициент оборачиваемости запасов

4) Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности

5) Коэффициент фондоотдачи

57. К финансовым коэффициентам финансового состояния предприятия относятся

1) Рентабельность продукции

2) Себестоимость

3) Коэффициент ликвидности

4) Коэффициент фондообеспеченности

5) Коэффициент прошедшей ликвидности

58. На практике применяются следующие методы стратегического анализа

1) Матрица БКГ

2) Матрица МАК-КИНЗИ

3) Матрица МАК-КИНЗИ 7-S

4) P1MS

5) SWOT анализ

59. На практике применяются следующие методы стратегического анализа

1) P1MS

2) Матрица БКД

3) Матрица МАК-КИНЛИ

4) SWOT – анализ

5) Матрица МАК-КИНЛИ 7-S

60. На практике применяются следующие методы стратегического анализа

1) Матрица БКГ

2) P2MS

3) Матрица БКГ 7-S

4) SWON – анализ

5) Матрица МАК-КИНЛИ

61. Матрица БКГ предлагает следующую классификацию типов продуктов

1) Звезды

2) Дойные коровы

3) Дикие кошки

4) Собаки

62. Матрица БКГ предлагает следующую классификацию типов продуктов

1) Звезды

2) Дойные коровы

3) Тигры

4) Медведи

63. Матрица БКГ предлагает следующую классификацию типов продуктов

1) Звезды

2) Дойные коровы

3) Пантеры

4) Хромые гуси

64. В матрице МАК-КИНЗИ используются следующие факторы

1) Размер рынка (количество продаж)

2) Размеры ключевых сегментов

3) Диверсифицированность рынка

4) Чувствительность рынка к ценам

5) Склонность к сезонности

65. В матрице МАК-КИНЗИ используются следующие факторы

1) Доля фирма на рынке

2) Влияние фирмы на рынок

3) Склонность к сезонности

4) Характер отношения фирмы с поставщиками

5) Доля на фирме основных фондов

66. В матрице МАК-КИНЗИ используются следующие факторы

1) Влияние фирмы на рынок

2) Доля на фирме оборотных фондов

3) Размер рынка (количество продаж)

4) Степень участка фирмы

5) Чувствительность рынка к ценам

67. В матрице МАК-КИНЗИ используются следующие факторы

1) Склонность к цикличности

2) Склонность к сезонности

3) Склонность к размерности

4) Характер отношении фирмы с поставщиками

5) Размер рынка

68. SWOT – анализ включает в себя следующие элементы

1) Сильные стороны

2) Слабые стороны

3) Возможности

4) Угрозы

69. SWOT – анализ включает в себя следующие элементы

1) Сильные стороны

2) Слабые стороны

3) Убытки

4) Прибыли

5) Фонды

70. SWOT – анализ включает в себя следующие элементы

1) Возможности

2) Условия

3) Потенциалы

4) Угрозы

5) Маркетинг

**Тема 3: Стратегическое планирование в условиях диверсификации производства**

71. В самом общем виде программы по проведению в диверсификации могут включать один из следующих методов

1) Адаптация

2) Экспансия

3) Поглощение

4) Слияние

5) Присоединение

72. В самом общем виде программы по проведению диверсификации могут включать один из следующих методов

1) Инвестиции

2) Поглощение

3) Сотрудничество

4) Увеличение

5) Сокращение

73. В самом общем виде программы по проведению диверсификации могут включать один из следующих методов

1) Содействие

2) Удлинение

3) Поглощение

4) Сочетание

5) Совершенствование

74. В самом общем виде программы по проведению диверсификации могут включать один из следующих методов

1) Улучшение

2) Сочетание

3) Содействие

4) Адаптация

5) Экспансия

75. Стратегические действия в условиях диверсификации производства в стадии роста следующие:

1) Вертикальная диверсификация

2) Диверсификация в родственные отрасли

3) Диверсификация в неродственные отрасли

4) Комбинированная диверсификация

5) Транснациональная диверсификация

76. Стратегические действия в условиях диверсификации производства в стадии роста следующие:

1) Реструктуризация портфеля

2) Комбинаторская диверсификация

3) Вертикальная диверсификация

4) Диверсификация с низшего звена

5) Комбинированная диверсификация

77. Создание новой компании при диверсификации является более привлекательным вариантом в следующих случаях

1) Когда имеется для этого достаточно времени

2) Фирмы конкуренты не реагируют на новичка

3) Выход на рынок дешевле чем покупка другой компании

4) Фирма располагает уже опытом

5) Создание новых мощностей не будет влиять на спрос и предложение

78. Создание новой компании при диверсификации является более привлекательным вариантом в следующих случаях

1) Когда у предприятия большие фонды

2) Выбранная отрасль имеет относительно небольшие фирмы

3) Фирма располагает уже опытом

4) Наличие удачной внешней среды

5) Когда на рынке много конкурентов

79. Наиболее распространенными путями диверсификации в родственные отрасли являются

1) Вхождение в отрасль, где рекламная деятельность может использоваться совместно

2) Использование родственных технологии

3) Передача нау-хау и опыта из одной родственной отрасли в другую

4) Передача фирменного наименования и репутации у потребителя новому продукту

80. Наиболее распространенными путями диверсификации в родственные отрасли являются

1) Применение родственных технологии

2) Применение побочной диверсификации

3) Передача патентов из одной отрасли в другую

4) Применение вертикальной диверсификации

5) Передача фирменного наименования

81. Для выделения стратегической зоны хозяйствования (СЗХ) применяют следующие параметры

1) Перспективы роста в данной СЗХ

2) Перспективы рентабельности в данной СЗХ

3) Ожидаемый уровень нестабильности внешней среды

4) Главные факторы успешной конкуренции

**Общие вопросы**

82. Стратегическое планирование – это:

1) Комплекс мероприятий, направленных на решение первостепенных целей и задач фирмы

2) Процесс разработки стратегии фирмы, при котором план развития конкретизируется на длительный период с подробным описанием решений и действий, необходимых для достижения целей плана

3) Процесс создания заданий для каждого члена трудового коллектива фирмы

83. Виды корпоративной стратегии диверсификации:

1) Связанная и несвязанная

2) Общая и частная

3) Конкретная и абстрактная

84. Высший уровень стратегического менеджмента – это:

1) Корпоративный

2) Деловой

3) Общественный

85. Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:

1) Стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы

2) Анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии

3) Стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование

**86. Будущее фирмы, предсказанное методом экстраполяции исторически сложившихся тенденций развития – это:**

1) Среднесрочное планирование

2) Долгосрочное планирование

3) Прогнозирование

**87. Какая ошибка наиболее часто встречается при реализации новой стратегии?**

1) Отсутствуют необходимые ресурсы

2)Необходимо много времени для приспособления к новым условиям рынка

3)Новая стратегия автоматически налагается на старую управленческую структуру

**88. Что предполагает оценка стоимости стратегических программ элементным методом?**

1) Выделение элементов затрат по каждой из работ, входящих в программу

2) Калькулирование затрат на каждую из работ, входящих в программу

3) Сравнительный анализ и укрупненные расчеты на основе аналогичных проектов, реализованных ранее

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

1) SWOT-анализ

2) STEP-анализ

3) Управленческий анализ

**90. Какая из стратегий наиболее подходящая для фирм-лидеров рынка определенной отрасли?**

1) Стратегия отличительного имиджа

2) Стратегия специализации

3) Стратегия активной обороны

**91. Что подразумевает PEST-анализ?**

1)Анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, способных повлиять на деятельность фирмы

2)Группировку всех факторов внутренней среды и изучение каждой из них в контексте влияния на развитие фирмы

3) Изучение наиболее сильных конкурентов фирмы

**92. Раздел стратегического плана, 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 – это:**

1) Стратегический план производства

2) Стратегический план управления персоналом

3) Стратегический план маркетинга

**93. Стратегия управления персоналом фирмы, производством, финансами и стратегии всех других сфер деятельности – это:**

1) Корпоративная стратегия

2) Функциональная стратегия

3) Бизнес-стратегия

**94. Для чего может использоваться модель Бостонской консультативной группы?**

1) Для формирования конкурентной стратегии фирмы

2) Для формирования портфельной стратегии фирмы

3) Для формирования бизнес-стратегии фирмы

**95. Какой из элементов не входит в состав стратегического плана?**

1) Инвестиционный план

2) Финансовый план

3) Маркетинговый план

**96. Что лежит в основе конгломератной интеграции?**

1) Отношения собственности

2) Единое управление

3) Общность финансов

**97. Если преобладает ценовая конкуренция, то наиболее эффективной стратегией является:**

1) Стратегия лидерства по ценам

2) Стратегия инноваций

3) Стратегия дифференциации сервиса

**98. Согласно концепции стратегического менеджмента, на что стоит указывать работнику при постановке задачи?**

1) Строго на круг его обязанностей

2) Строго на область приложения усилий

3) На желаемый результат, а не на его обязанности и область приложения усилий

**99. Кого принято считать предшественниками стратегического менеджмента и первыми стратегами?**

1) Античных философов

2) Китайских философов

3) Немецких военных стратегов

**100. Какая из стратегий наиболее эффективна как средство выхода из кризиса?**

1) Принятие комплексных мер для резкого увеличения доходов

2) Придание товару или услуге тех свойств, за которые покупатель готов заплатить

3) Повышение цены товара до величины, способной покрыть издержки

**101. Стратегия, которая предполагает отказ от долгосрочных взглядов на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – это стратегия:**

1) Сокращения расходов

2) Развития продукта

3) Сбора урожая

**102. Что такое функциональный бенчмаркинг?**

1) Процесс изучения товаров, услуг, процессов работы фирм, которые являются прямыми конкурентами

2) Процесс изучения товаров, услуг, процессов работы фирм, которые не являются прямыми конкурентами

3) Проведение независимой экспертной оценки работы фирмы

**103. Что является основным недостатком системы научного управления Ф. Тейлора?**

1) Она реализуема лишь с дисциплинированными работниками

2) Она оторвана от реальных условий принятия решений

3) Уровень оплаты труда работников не зависит от качества их труда

**104. Кто является автором научного труда «Общее и промышленное управление»?**

1) Г. Форд

2)Ф. Тейлор

3) А. Файоль

**105. Какие критерии используются для дифференциации стратегических планов?**

1) Цели и принципы

2) Цели и задачи

3) Задачи и методы

**106. Стратегия представляет собой заранее спланированную реакцию фирму на:**

1) Изменение условий внутренней среды

2) Изменение условий внешней среды

3) Конкурентные преимущества

**107. Что является основным недостатком стратегического планирования?**

1) Невозможность создать потенциал для развития фирмы

2) Отсутствие альтернатив развития, кроме принятой

3) Невозможность дать точную и детальную картину будущего

**108. Стратегия определяет:**

1) Границы возможных действий фирмы и принимаемых управленческих решений

2)Сознательность управления фирмой

3) Эффективность использования внутреннего и внешнего потенциала

**109. Японские компании, сосредоточившие свои усилия на сегменте дешевых автомобилей, которые лидеры американской автоиндустрии считали не заслуживающими внимания, применили стратегию:**

1) Подражания

2) Фланговой атаки

3) Обходного маневра

**110. Что является исходным этапом процесса стратегического планирования?**

1) Анализ среды

2) Изучение конкурентов

3) Поиск ресурсов

**111. Стратегическая зона хозяйствования – это:**

1) Перспективный сегмент рынка

2) Свободная экономическая зона

3) Сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация вышла или желает выйти

112.Какое место занимает планирование в управлении бизнесом?

1) Самое важное, если вы умеете планировать, то остальное неважно

2) Необязательное, многие вполне могут обойтись и без него

3) Грамотное планирование – 30% успеха предприятия

4) Грамотное планирование- 50% успеха предприятия

113.Что является первоначальным пунктом при планировании дел?

1) Отбросить все неважные дела и заняться только важными

2) Составить полный список дел, которые нужно решить

3) Распределить дела по степени важности

4) Дать задание секретарю или заместителю, чтобы те составили план дел

114.Что предпринимателю важно помнить при составлении плана?

1) Необходимо быть оптимистом во всем

2) Необходимо составлять план учитывая долгосрочные перспективы

3) Необходимо пессимистично оценивать ситуацию, чтобы найти лучший выход

4) Необходимо быть уверенным, что выполнишь все дела в срок

115. Что нужно в первую очередь учитывать при открытии собственного предприятия?

1) Инфляцию

2) Кредиторскую задолженность

3) Стратегию развития бизнеса

4) Тактику развития бизнеса

5) Арендную плату

6) Количество рабочей силы

116.Что должно являться своего рода стержнем воплощения мечты в реальность?

1) Четко поставленная цель

2) Финансовые возможности

3) Сильное желание добиться чего-либо

4) Отсутствие преград

117. С чего обязательно начинать реализацию поставленной цели?

1) С устранения препятствий, мешающих этому

2) С определения расстояния, отделяющего вас от цели – С создания финансовой базы

3) С отменой всех остальных дел и всецелого поглощения только этой задачи

118. Что в первую очередь необходимо чувствовать и ощущать при проделывании шагов к намеченной цели?

1) Что шагов стало меньше

2) Саму цель еще более четко, что вызовет большую мотивацию

3) Финансовое равновесие

4) Что поставленная цель не мешает другим делам

119. Какая основная роль бизнес- плана для предприятия?

1) Это теоретическая формальность, без которой вполне можно обойтись

2) В нем будет храниться вся информация о предприятии

3) Если предприятие большое, то у него должен быть бизнес- план

4) Это своего рода карта по развитию бизнеса

120. Какой самый эффективный способ сбора данных для бизнес - плана с точки зрения специалистов?

1) Общение со знающими людьми

2) Посещение аналогичной фирмы в качестве простого клиента

3) Чтение литературы

4) Купить готовый бизнес – план

121. На какие вопросы должен отвечать бизнес план? (отметьте несколько правильных ответов)

1) Кто мои конкуренты?

2)Какую прибыль обеспечит мое предприятие?

3) Как будет необходимо возвращать кредит?

4) Кто мои клиенты и где они располагаются?

5) Что уникального в моей продукции?

6) Почему реклама конкурентов лучше?

122. На какие три основных вопроса по сути отвечает бизнес - пла-нирование? (отметьте несколько правильных ответов)

1) Где мы находимся в настоящее время?

2) Куда мы хотим двигаться?

3) Каковы наши финансовые дела?

4) Как мы собираемся достичь желаемого?

5) Какова вероятность «прогореть»?

6)Сколько времени нам потребуется на реализацию наших планов?

123. Каковы основные компоненты стратегического плана? (от-метьте несколько правильных ответов)

1) Миссия

2) Начальный капитал

3) Стратегия

4) Подбор рабочей силы

5) Цели

124. Что представляет собой основную причину существования организации, зафиксированную в письменном виде?

1) Цели организации

2) Стратегия организации

3) Миссия организации

4) Бизнес-план организации

125. Какие основные элементы должна включать в себя миссия организации? (отметьте несколько правильных ответов)

1) Предпочтения потребителей

2) Задачи фирмы с учетом ее базовых услуг или товаров, основных рынков и технологий

3) Культура организации

4) Персонал

5) Внешнюю среда, определяющую философию деятельности

126. Как можно сформулировать основную цель любого бизнеса с точки зрения стратегического планирования?

1) Получение прибыли

2) Создание капитала

3) Создание потребителя

4) Получение экономических выгод

127. Что из себя представляет стратегия организации?

1) Расширенное описание миссии организации

2) Бизнес-план

3) План реализации мечты предпринимателя

4) Конкретный долгосрочный план достижения некоторой цели

128. Как должны формулироваться цели организации?

1) оптимистично

2) с учетом потенциально-возможных вариантов

3) конкретно, в измеряемых количественно показателях

4) конкретно, в измеряемых качественно показателях

5) в абстрактных и приблизительных показателях

129. Какие цели формулируются в первую очередь?

1) краткосрочные, от которых в дальнейшем можно двигаться на уровни выше

2) среднесрочные, являющиеся «золотой серединой», т.к. от них легко как опуститься на уровень ниже, так и подняться на уровень выше

3) долгосрочные, как ориентир для других уровней

130. Отражается ли достижимость целей на качестве работы персонала организации?

1) да, так как это мощный мотиватор к деятельности

2) да, так как от этого может меняться отношение к ним руководства

3) нет, данная характеристика целей не связана с эффективностью работы персонала

4)нет, она отражается только на руководстве организации

131. Какие виды деятельности организации требуют установки для них целей?

1) только те, что прописаны в бизнес-плане

2) все виды деятельности, являющиеся важными для организации

3) только те, которые напрямую ведут к реализации миссии

4) все, которые назначит главный бухгалтер

132. Каковы основные характеристики целей организации? (отметьте несколько верных ответов)

1) достижимость

2) быстродействие

3) конкретность

4) ориентация на время

5) показательность

6) финансовая независимость

133. Когда отпадает необходимость в стратегии?

1) как только будет написан бизнес-план

2) как только она полностью реализована

3) как только предприятие открылось

желательные события

134. Каких ошибок вы должны избегать при составлении бизнес-плана (отметьте несколько правильных ответов)

1) утверждений, что конкурентов нет

2) краткости и внесения всего дополнительного в приложение

3) размытых финансовых отчетов

4) скрупулезно выверенных финансовых отчетов

5) ошибок в выборе времени

135. На что в первую очередь захочет взглянуть инвестор (если вы нуждаетесь в таковом)?

1) четко сформулированную миссию

2) грамотно составленный бизнес-план

3) четкую стратегию

4) детализованные и приоритетно расписанные цели

Продолжение темы 3

136. Основными причинами диверсификации очевидно можно назвать следующие причины:

1) Выживаемость

2) Стабильность

3) Производственная утилизация ресурсов

4) Адаптация к изменению потребностей покупателя

5) Сокращение

137. Основными причинами диверсификации очевидно можно назвать следующие причины:

1) Рост

2) Нестабильность

3) Увеличение фондов

4) Выживаемость

5) Небольшая оплата

138. Основными причинами диверсификации очевидно можно назвать следующие причины:

1) Нестабильность

2) Неэффективность

3) Выживаемость

4) Рост

5) Спад

139. Основными движущими силами диверсификации является

1) Цели высшего руководства

2) Ресурсные возможности

3) Изменение внешней деловой среды

4) Рост фондов предприятия

5) Интересы предприятия

140. Основными движущими силами диверсификации является

1) Рост оборотных фондов

2) Положительные изменения внешней деловой среды

3) Дополнительная выгода

4) Привлекательность

5) Затраты на вхождение