

# Стратегический менеджмент \_ 2013-14 учебный год

## Тема 1 Стратегическое управление

Стратегический менеджмент как отрасль экономической науки возник:

- В начале 20 века
- В 60-е годы 20 века
- В 70-е годы 20 века
- В 80-е годы 20 века
- В 90-е годы 20 века

Стратегический менеджмент возник:

- На японских корпорациях
- На американских корпорациях
- На германских компаниях
- На английских компаниях
- На французских компаниях

Стратегический менеджмент возник:

- В индивидуальном предпринимательстве
- В малом бизнесе
- В средних компаниях
- На крупных компаниях

Первая компания, специализирующаяся на стратегическом менеджменте:

- Маккинси
- Бостон консалтинг групп
- Артур де Литтл
- Монитор
- Артур Андерсен

Первая модель стратегического менеджмента возникла в:

- Бостоне
- Гарварде
- Нью-Йорке
- Массачусетсе
- Чикаго

Кризис науки стратегического управления обозначился в:

- В начале 20 века
- В 60-е годы 20 века
- В 70-е годы 20 века
- В 80-е годы 20 века
- В 90-е годы 20 века

М. Портер впервые обнародовал свои труды по стратегическому менеджменту в:

- В начале 20 века
- В 60-е годы 20 века
- В 70-е годы 20 века
- В 80-е годы 20 века
- В 90-е годы 20 века

Вторая "волна" интереса к стратегическому менеджменту возникла в:

- В начале 20 века
- В 60-е годы 20 века
- В 70-е годы 20 века
- В 80-е годы 20 века
- В 90-е годы 20 века

Стратегия реинжиниринга возникла в:

- В начале 20 века
- В 60-е годы 20 века
- В 70-е годы 20 века
- В 80-е годы 20 века
- В 90-е годы 20 века

Расцвет финансового планирования приходится на:

- 50-е годы 20 века
- 60-е годы 20 века
- 70-е годы
- 80-е годы 20 века
- 90-е годы 20 века

Расцвет перспективного планирования приходится на:

- 50-е годы 20 века
- 60-е годы 20 века
- 70-е годы 20 века
- 80-е годы 20 века
- 90-е годы 20 века

Расцвет стратегического планирования приходится на:

- 50-е годы 20 века
- 60-е годы 20 века
- 70-е годы 20 века
- 80-е годы 20 века
- 90-е годы 20 века

Расцвет стратегического менеджмента приходится на:

50-е годы 20 века

60-е годы 20 века

70-е годы 20 века

80-е годы 20 века

90-е годы 20 века

Цели финансового планирования:

Исполнение бюджета

Прогнозирование будущего

Стратегическое мышление

Использование изменений для создания благоприятных возможностей

Цели перспективного планирования:

Исполнение бюджета

Прогнозирование будущего

Стратегическое мышление

Использование изменений для создания благоприятных возможностей

Цели стратегического планирования:

Исполнение бюджета

Прогнозирование будущего

Стратегическое мышление

Использование изменений для создания благоприятных возможностей

Цели стратегического менеджмента:

Исполнение бюджета

Прогнозирование будущего

Стратегическое мышление

Использование изменений для создания благоприятных возможностей

Задачи финансового планирования:

Управление бюджетом

Предвидение рыночных изменений

Реакция на внешние перемены

Использование стратегических окон

Задачи перспективного планирования:

Управление бюджетом

Предвидение рыночных изменений

Реакция на внешние перемены

Использование стратегических окон

Задачи стратегического планирования:

Управление бюджетом  
Предвидение рыночных изменений  
Реакция на внешние перемены  
Использование стратегических окон

Задачи стратегического менеджмента:

Управление бюджетом  
Предвидение рыночных изменений  
Реакция на внешние перемены  
Использование стратегических окон

Основные предположения финансового планирования:

Долгосрочная стабильность  
Сохранение существующих тенденций  
Прогнозируемость тенденций  
Изменения внезапны и непредсказуемы

Основные предположения перспективного планирования:

Долгосрочная стабильность  
Сохранение существующих тенденций  
Прогнозируемость тенденций  
Изменения внезапны и непредсказуемы

Основные предположения стратегического планирования:

Долгосрочная стабильность  
Сохранение существующих тенденций  
Прогнозируемость тенденций  
Изменения внезапны и непредсказуемы

Основные предположения стратегического менеджмента:

Долгосрочная стабильность  
Сохранение существующих тенденций  
Прогнозируемость тенденций  
Изменения внезапны и непредсказуемы

Горизонты перспективного планирования:

Годовой  
Пятилетний с ежегодной корректировкой  
Ежегодные корректировки  
В режиме реального времени  
Жизненный цикл организации

Горизонты стратегического планирования:

Годовой

Пятилетний с ежегодной корректировкой  
Ежегодные корректировки  
В режиме реального времени  
Жизненный цикл организации

Горизонты стратегического менеджмента:  
Годовой  
Пятилетний с ежегодной корректировкой  
Ежегодные корректировки  
В режиме реального времени  
Жизненный цикл организации

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для легкой промышленности целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для пищевой промышленности целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для машиностроения целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для сельского хозяйства целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для профессиональных услуг целью является:

Клиент

Качество персонала

Инвестиции

Экспансия

Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для сектора телекоммуникаций целью является:

Клиент

Качество персонала

Инвестиции

Экспансия

Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для финансового сектора целью является:

Клиент

Качество персонала

Инвестиции

Экспансия

Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для сервисного сектора целью является:

Клиент

Качество персонала

Инвестиции

Экспансия

Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для энергетического сектора целью является:

Клиент

Качество персонала

Инвестиции

Экспансия

Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для строительного сектора целью является:

Клиент

Качество персонала

Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для топливного комплекса целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для химической промышленности целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для черной металлургии целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для транспорта целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

В соответствии с теорией "Эшелонов российской экономики" для торговли целью является:

Клиент  
Качество персонала  
Инвестиции  
Экспансия  
Финансовая эффективность

Административный этап стратегического менеджмента в РФ:

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ:

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ:

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ:

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ:

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Разработка стратегических планов по принципу "сверху-вниз" осуществлялась на



Административный этап стратегического менеджмента в РФ

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Бизнес-планы появились на:

Административный этап стратегического менеджмента в РФ

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Стратегия приватизации применялась на этапе

Административный этап стратегического менеджмента в РФ

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Стратегия коммерциализации была на этапе

Административный этап стратегического менеджмента в РФ

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Стратегический анализ начал применяться в России на

Административный этап стратегического менеджмента в РФ

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Комплекс инструментов стратегического менеджмента начал применяться в России на

Административный этап стратегического менеджмента в РФ

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ

Разработка стратегических планов по принципу "сверху-вниз" осуществлялась

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Идеи хозрасчета были реализованы:

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Целевые экономические программы доминировали

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Бизнес-планы появились:

до 1987 г

1985-1987 г

1987-1991 г

1991-1994 г

1994-1998 г

1998-с.в

Стратегия приватизации применялась

до 1987 г  
1985-1987 г  
1987-1991 г  
1991-1994 г  
1994-1998 г  
1998-с.в

Стратегия коммерциализации была

до 1987 г  
1985-1987 г  
1987-1991 г  
1991-1994 г  
1994-1998 г  
1998-с.в

Стратегический анализ начал применяться в России

до 1987 г  
1985-1987 г  
1987-1991 г  
1991-1994 г  
1994-1998 г  
1998-с.в

Комплекс инструментов стратегического менеджмента начал применяться в России

до 1987 г  
1985-1987 г  
1987-1991 г  
1991-1994 г  
1994-1998 г  
1998-с.в

Административный этап стратегического менеджмента в РФ характеризовался:

Разработкой стратегических планов по принципу "сверху-вниз"  
Распространением хозрасчета  
Доминированием целевых экономических программ  
Началом использования бизнес-планов  
Применением стратегии приватизации

Этап условно-экономической самостоятельности стратегического менеджмента в РФ характеризуется:

Разработкой стратегических планов по принципу "сверху-вниз"  
Распространением хозрасчета

Доминированием целевых экономических программ  
Началом использования бизнес-планов  
Применением стратегии приватизации

Период адаптации стратегического менеджмента в РФ характеризуется:  
Доминированием целевых экономических программ  
Стратегия коммерциализации  
Началом применения стратегического анализа  
Применением всего комплекса инструментов стратегического менеджмента  
Использованием программно-целевого подхода

Этап внешней стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ:  
Началом использования бизнес-планов  
Применением стратегии приватизации  
Стратегия коммерциализации  
Началом применения стратегического анализа  
Применением всего комплекса инструментов стратегического менеджмента

Этап конкурентной стратегии в развитии стратегического менеджмента в РФ характеризовался  
Применением стратегии приватизации  
Стратегия коммерциализации  
Началом применения стратегического анализа  
Применением всего комплекса инструментов стратегического менеджмента  
Использованием программно-целевого подхода

Данные решения принимают только топ-менеджеры:  
Стратегические решения  
Текущие решения  
Оперативные решения

Для ... управления проблемы характеризуются неопределенностью и неграничными условиями:  
текущего  
стратегического  
оперативного

Преимуществами стратегического управления являются (3 ответа):  
обеспечение направленности всей организации  
реагирование на перемены во внешней среде  
акцент на внутреннюю среду  
наличие жестких и локальных проблем  
создание среды для активного руководства

Основными этапами развития стратегического менеджмента являются:  
управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений, управление на основе гибких экстренных решений  
бюджетный контроль, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений, управление на основе гибких экстренных решений  
бюджетный контроль, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений

Для управления на основе бюджетно-финансового контроля характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
альтернативность решений  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

Для управления на основе экстраполяции характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
альтернативность решений  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

Для управления на основе предвидения изменений характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

Для управления на основе гибких экстренных решений характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
альтернативность решений  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

Типовые стратегии используются в  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

CASE - study продукт

Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Для предварительного стратегического анализа удобнее использовать инструменты

Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Индивидуализированная стратегия чаще всего разрабатывается согласно:

Школе дизайна  
Школе планирования  
Школе позиционирования  
Школе предпринимательства  
Когнитивной школе

Бенчмаркинг - это инструмент:

Школа дизайна  
Школа обучения  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Опасность "маркетинговой миопии" - это недостаток:

Школы обучения  
Школы внешней среды  
Школы дизайна  
Школы предпринимательства

Упор на функцию анализа делает:

Школа культуры  
Школа позиционирования  
Школа планирования  
Школы дизайна

PEST -анализ - инструмент:

Школы дизайна  
Школы планирования  
Школы позиционирования

Школы предпринимательства  
Школы внешней среды

Слабая сочетаемость с инновациями - это недостаток:

Школы обучения  
Школы предпринимательства  
Школы планирования  
Школы позиционирования

С позиции какой школы стратегия - отчасти бессознательный процесс, формирующийся интуитивно:

Школы обучения  
Школы власти  
Школы предпринимательства  
Школы внешней среды

С позиции какой школы в основе успехов и неудач компании лежат деловые и личностные качества ее руководителя:

Школы предпринимательства  
Школы культуры  
Школы власти  
Школы позиционирования

PEST-анализ относится к

Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

С позиции какой школы стратегия - совершенствование способностей организации приобретать, создавать, аккумулировать и применять свои знания:

Школа предпринимательства  
Школа культуры  
Школа обучения  
Школа планирования

С позиции какой школы стратегия - форма приобретения опыта, вычленения из него удачных инициатив для внедрения и мультиплицирования:

Школа обучения  
Школа предпринимательства  
Школа культуры

Школа внешней среды

С позиции какой школы вся стратегия компании сводится к поиску эффективного менеджера:

Школы культуры

Школы власти

Школы предпринимательства

Школы позиционирования

В какой школе предусмотрена возможность противопоставления одних участников другим:

Школа предпринимательства

Школа власти

Школа дизайна

Школа внешней среды

Стратегия - форма реакции менеджмента на влияние внешней среды на организацию - это подход с позиции:

Школы власти

Когнитивной школы

Школы внешней среды

Школы предпринимательства

Принцип "стратегия это реакция" - принцип

Школа обучения

Школа власти

Школа культуры

Школа внешней среды

Школа конфигурации

Принцип "стратегия это результат изменений" - принцип

Школа обучения

Школа власти

Школа культуры

Школа внешней среды

Школа конфигурации

Принцип "стратегия это коллективный процесс" - принцип

Школа обучения

Школа власти

Школа культуры

Школа внешней среды

Школа конфигурации



Принцип "стратегия это результат переговоров" - принцип

Школа обучения

Школа власти

Школа культуры

Школа внешней среды

Школа конфигурации

Принцип "стратегия это процесс развития" - принцип

Школа обучения

Школа власти

Школа культуры

Школа внешней среды

Школа конфигурации

Принцип "стратегия это сознательный процесс" - принцип

Школа позиционирования

Школа предпринимательства

Когнитивная школа

Школа обучения

Школа власти

Принцип "стратегия это аналитический процесс" - принцип

Школа дизайна

Школа планирования

Школа позиционирования

Школа предпринимательства

Когнитивная школа

Принцип "стратегия это формальный процесс" - принцип

Школа дизайна

Школа планирования

Школа позиционирования

Школа предпринимательства

Когнитивная школа

Принцип "стратегия это процесс осмысления" - принцип

Школа дизайна

Школа планирования

Школа позиционирования

Школа предпринимательства

Когнитивная школа

Школа дизайна возникла в:

Бостоне

Гарварде  
Нью-Йорке  
Массачусетсе  
Чикаго

SWOT-анализ относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Анализ компании БКГ относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель М. Портера относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель И. Ансоффа относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель Абеля и Хаммонда относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель Хоффера и Шенделя относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования

Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель фирмы Шелл относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель PIMS относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель компании Маккинси -Дженерал Электрик относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Модель компании Артур де Литтл относят к  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Тема 2 Формирование стратегических целей и стратегии предприятия

Бенчмаркинг это:

Механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных фирм

Процесс оценки эффективности стратегического менеджмента на предприятии

Внедрение системы стратегического управления в группу компаний

Проведение управленческого аудита

Исследование системы стратегического управления

Совокупность действий по реорганизации производства, снижению издержек, повышения качества, сокращения персонала и технического перевооружения - это:

- Стратегия аутсорсинга
- Стратегия реинжиниринга
- Стратегия даунсайзинга
- Стратегия аутстаффинга
- Стратегия инжиниринга

Стратегические намерения - это:

- Сформулированные принципы деятельности организации на среднесрочную и краткосрочную перспективы
- Планы выхода компании на новые рынки
- Стратегические планы компании по поглощению компаний конкурентов
- Лаконичные и понятные управленческой команде концепции функционирования компании на длительный период времени

Стержневые компетенции-это:

- Уникальный "набор" навыков и способностей организации, обеспечивающий конкурентоспособность
- Личностные качества руководителя компании, сочетание его интуиции и опыта
- Система информации, "знаний" в информационных базах данных компании
- Факторы конкурентоспособности компании

Кооперативные стратегии - это:

- Объединение интересов участников - организаций, участвующих в разработке стратегии
- Стратегии, разрабатываемые менеджерами в кооперации с персоналом
- Стратегии, разрабатываемые собственниками совместно с менеджментом
- Стратегии кооперативов

Объединение интересов участников - организаций, участвующих в разработке стратегии - это:

- Стратегия интеграции
- Кооперативные стратегии
- Корпоративные стратегии
- Предпринимательские стратегии

Манипулирование основными участниками, влияющими на процесс разработки стратегии это:

- Разработка стратегии интеграции с конкурентами
- Стратегический маркетинг
- Стратегическая мотивация

## Стратегическое маневрирование

Какое из понятий в наибольшей степени характеризует систему взаимоотношений между индивидами и группами внутри организации:

Коммуникации

Микровласть

Макровласть

Внутрифирменное управление

Какое из понятий в наибольшей степени характеризует систему взаимоотношений между организацией и внешней средой:

Коммуникации

Микровласть

Макровласть

Внутрифирменное управление

Какое из видов взаимодействия менеджеров предприятия относится к микровласти:

С поставщиками и подрядчиками

С государством

С покупателями

С персоналом компании

Операционализация стратегии - это:

Формализация процесса разработки стратегии

Разработка операционной стратегии

Оценка оперативной эффективности стратегии

Разбиение стратегии на субстратегии

С позиции стратегии преобразования бизнеса, рефрейминг – это совокупность мероприятий по:

Мобилизация организации, определение перспектив, определений целей

Разработка экономической модели, упорядочивание инфраструктуры, отработка новых технологий

Концентрация на потребностях рынка, развитие новых видов бизнеса, внедрение информационных технологий

Развитие организации, индивидуальное развитие, внедрение новой системы оценки результатов труда

С позиции стратегии преобразования бизнеса, обновление – это совокупность мероприятий по:

Мобилизация организации, определение перспектив, определений целей

Разработка экономической модели, упорядочивание инфраструктуры, отработка новых технологий

Концентрация на потребностях рынка, развитие новых видов бизнеса, внедрение информационных технологий  
Развитие организации, индивидуальное развитие, внедрение новой системы оценки результатов труда

С позиции стратегии преобразования бизнеса, оживление – это совокупность мероприятий по:

Мобилизация организации, определение перспектив, определений целей  
Разработка экономической модели, упорядочивание инфраструктуры, отработка новых технологий

Концентрация на потребностях рынка, развитие новых видов бизнеса, внедрение информационных технологий  
Развитие организации, индивидуальное развитие, внедрение новой системы оценки результатов труда

С позиции стратегии преобразования бизнеса, реструктуризация – это совокупность мероприятий по:

Мобилизация организации, определение перспектив, определений целей  
Разработка экономической модели, упорядочивание инфраструктуры, отработка новых технологий

Концентрация на потребностях рынка, развитие новых видов бизнеса, внедрение информационных технологий  
Развитие организации, индивидуальное развитие, внедрение новой системы оценки результатов труда

Рефрейминг - это:

Перевооружение организации (закупка нового оборудования)

Изменение сознания организации

то же, что и реструктуризация

то же, что и реинжиниринг,

то же, что и инжиниринг

Реструктуризация - это:

Приватизация организации

Изменение состояния организации, адаптация к новым условиям среды и новому сознанию персонала

Ликвидация организации

Изменение организационной структуры компании

Реинжиниринг

Концентрическая диверсификация - это:

поиск возможностей роста на старом рынке за счет старой продукции для новых потребителей

поиск возможностей роста на старом рынке за счет новой продукции

поиск возможностей роста на новом рынке за счет новой продукции

Горизонтальная диверсификация - это:

поиск возможностей роста на старом рынке за счет старой продукции для новых потребителей

поиск возможностей роста на старом рынке за счет новой продукции

поиск возможностей роста на новом рынке за счет новой продукции

Конгломератная диверсификация - это:

поиск возможностей роста на старом рынке за счет старой продукции для новых потребителей

поиск возможностей роста на старом рынке за счет новой продукции

поиск возможностей роста на новом рынке за счет новой продукции

Стратегическое отклонение - это:

Разрыв между общей и организационной культурой

Разрыв между плановыми и фактическими показателями деятельности компании

Опасное для существования бизнеса отклонение в стратегическом курсе предприятия

Отклонение стратегических показателей деятельности предприятия более чем на 20%

Стратегические решения принимаются:

Топ-менеджерами и менеджерами среднего звена

Топ-менеджерами совместно с консультантами

Средними менеджерами и "белыми воротничками"

Собственниками и топ-менеджерами

Средние менеджеры и "белые воротнички" участвуют в принятии:

Управленческих решений

Оперативных решений

Стратегических решений

Тактических решений

Собственники и топ-менеджеры компаний имеют отношение к:

Управленческим решениям

Тактическим решениям

Стратегическим решениям

Оперативным решениям

Топ-менеджеры и менеджеры среднего звена участвуют в принятии:

Стратегических решений

Управленческих решений

Тактических решений  
Оперативных решений

Проблема выбора товаров и рынков относится к компетенции:  
Специалистов маркетинговой службы компании  
Внешних консультантов компании  
Топ-менеджеров и менеджеров среднего звена фирмы  
Собственников и топ-менеджеров предприятия

Проблема оптимизации степени возврата инвестиций предприятия связана с принятием:

Оперативных решений  
Управленческих решений  
Тактических решений  
Стратегических решений

Проблемой структуризации ресурсов фирмы занимаются:  
Собственники и топ-менеджеры компании  
Топ-менеджеры и менеджеры среднего звена  
Средние менеджеры и "белые воротнички"  
Институциональный персонал компании

Распределение ресурсов по альтернативным товарам и рынкам - это:  
Стратегическое решение  
Управленческое решение  
Тактическое решение  
Оперативное решение

Организация приобретения и развития ресурсов - это:  
Стратегическое решение  
Управленческое решение  
Тактическое решение  
Оперативное решение

Распределение ресурсов по функциональным областям - это:  
Стратегическое решение  
Управленческое решение  
Тактическое решение  
Оперативное решение

Распределение ресурсов по альтернативным товарам и рынкам в компетенции:  
Топ-менеджеров и менеджеров среднего звена  
Топ-менеджеров и собственников



Средних менеджеров и "белых воротничков"  
Аналитиков компании

Организация приобретения и развития ресурсов находится в компетенции:  
Топ-менеджеров и менеджеров среднего звена  
Топ-менеджеров и собственников  
Средних менеджеров и "белых воротничков"  
Аналитиков компании

Распределение ресурсов по функциональным областям предприятия в компетенции:

Топ-менеджеров и менеджеров среднего звена  
Топ-менеджеров и собственников  
Средних менеджеров и "белых воротничков"  
Аналитиков компании

Централизованность - это характеристика:

Стратегического решения  
Управленческого решения  
Оперативного решения  
Тактического решения

Децентрализованность - это характеристика:

Стратегического решения  
Управленческого решения  
Оперативного решения  
Тактического решения

Повторяемость - это свойство:

Стратегического решения  
Управленческого решения  
Оперативного решения  
Тактического решения

Не повторяемость - это свойство:

Стратегического решения  
Управленческого решения  
Оперативного решения  
Тактического решения

Решения в области структуры потребления ресурсов являются:

Стратегическими  
Управленческими  
Оперативными

Тактическими

Решения в области диверсификации, расширения бизнеса являются:

Стратегическими

Управленческими

Оперативными

Тактическими

Решения, связанные с уровнем цен и выпуска продукции являются:

Стратегическими

Управленческими

Оперативными

Тактическими

Стратегический менеджмент это

Исследование внешней среды, внутренней среды, ресурсов и потенциала организации

Система подготовки перспективных планов организации

Взаимосвязь стратегического анализа, стратегического выбора и реализации стратегии

Способ разработки бизнес-плана предприятия

Взаимосвязь краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов предприятия

Стратегический анализ это

Исследование внешней среды, внутренней среды, ресурсов и потенциала организации

Система подготовки перспективных планов организации

Взаимосвязь стратегического анализа, стратегического выбора и реализации стратегии

Способ разработки бизнес-плана предприятия

Взаимосвязь краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов предприятия

Реинжиниринг это:

Реорганизация производства

Снижение издержек

Повышение качества

Сокращение персонала

Все перечисленное вместе

Стратегический выбор это

Исследование внешней среды, внутренней среды, ресурсов и потенциала организации

Система подготовки перспективных планов организации  
Генерация альтернатив, оценка альтернатив, выбор альтернатив  
Способ разработки бизнес-плана предприятия  
Взаимосвязь краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов  
предприятия

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", сильный акцент лишь на организационном аспекте - это  
"рычащая бюрократия"  
"слепой механизм"  
рациональная система  
неорганическая система  
стратегическое равновесие

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", сильный акцент лишь на политическом аспекте - это  
"рычащая бюрократия"  
"слепой механизм"  
непредвиденная коалиция  
неорганическая система  
стратегическое равновесие

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", сильный акцент лишь на экономическом аспекте - это  
"рычащая бюрократия"  
"слепой механизм"  
рациональная система  
неорганическая система  
стратегическое равновесие

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", отсутствие акцентов на каком-либо аспекте - это  
"рычащая бюрократия"  
"слепой механизм"  
рациональная система  
неорганическая система  
стратегическое равновесие

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", акцент на политическом, организационном и экономическом аспектах - это  
"рычащая бюрократия"  
"слепой механизм"  
рациональная система  
неорганическая система

стратегическое равновесие

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", акцент на политическом и экономическом аспектах - это

"рычащая бюрократия"

"слепой механизм"

постоянное движение

неорганическая система

стратегическое равновесие

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", акцент на организационном и политическом аспектах - это

авторитарная организация

"слепой механизм"

рациональная система

постоянное движение

стратегическое равновесие

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", конъюнктурность стратегий - это характеристика

"рычащей бюрократии"

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", равенство сил между действующими лицами - это характеристика

"рычащей бюрократии"

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", плохая организационная структура - это характеристика

"рычащей бюрократии"

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", идеальные, но нереалистичные экономические стратегии - это характеристика

"рычащей бюрократии"  
"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", высокий уровень организационной стабильности - это характеристика

"рычащей бюрократии"  
"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", высокий уровень формализации связей и действий стабильности - это характеристика

"рычащей бюрократии"  
"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", определяющая важность правил и процедур - это характеристика

"рычащей бюрократии"  
"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", стратегическая диалектика между политическими и экономическими аспектами - это характеристика

"рычащей бюрократии"  
"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", отсутствие организационной инфраструктуры, позволяющей проводить скоординированную и связанную реализацию решений – это характеристика

"рычащей бюрократии"

"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", постоянные колебания между политическими и экономическими факторами – это характеристика  
"рычащей бюрократии"  
"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", доминирование личных интересов действующих лиц - это характеристика  
"рычащей бюрократии"  
авторитарной организации  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", подавление организацией личных стремлений - это характеристика  
"рычащей бюрократии"  
авторитарной организации  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", реализации политических целей препятствуют организационные нормы и правила - это характеристика  
"рычащей бюрократии"  
авторитарной организации  
рациональной системы  
постоянного движения  
непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", стабильность, но неадаптированность системы - это характеристика  
"рычащей бюрократии"  
"слепого механизма"  
рациональной системы  
постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", противоречия между рациональными действиями и стремлениями действующих лиц - это характеристика

"рычащей бюрократии"

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", отсутствие какой-либо стратегии - это характеристика

неорганической системы

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", полная дезорганизация - это характеристика

неорганической системы

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", абсолютный консерватизм - это характеристика

неорганической системы

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

В соответствии с концепцией "Стратегического куба", невозможность проводить взаимосвязанные действия - это характеристика

неорганической системы

"слепого механизма"

рациональной системы

постоянного движения

непредвиденной коалиции

Маркетинговая миопия

Ближние цели организации видны лучше дальних  
Дальние цели компании видны лучше ближних  
Текущие цели компании видны лучше дальних  
Стратегия деятельности компании в условиях неопределенности  
Игнорирование маркетинга при разработке стратегии

Сочетание внутреннего фокуса внимания руководства и высокого уровня принятия решений - это  
рыночная стратегия  
маркетинговое планирование и управление  
оперативное планирование и управления  
решения по корпоративным и портфельным инвестициям

Сочетание внешнего фокуса внимания руководства и низкого уровня принятия решений - это  
рыночная стратегия  
маркетинговое планирование и управление  
оперативное планирование и управления  
решения по корпоративным и портфельным инвестициям

Сочетание внутреннего фокуса внимания руководства и низкого уровня принятия решений - это  
рыночная стратегия  
маркетинговое планирование и управление  
оперативное планирование и управления  
решения по корпоративным и портфельным инвестициям

Данные решения принимают только топ-менеджеры:  
Стратегические решения  
Текущие решения  
Оперативные решения

Для ... управления проблемы характеризуются неопределенностью и неограниченными условиями:  
текущего  
стратегического  
оперативного

Преимущества стратегического управления являются (3 ответа):  
обеспечение направленности всей организации  
реагирование на перемены во внешней среде  
акцент на внутреннюю среду  
наличие жестких и локальных проблем  
создание среды для активного руководства



Основными этапами развития стратегического менеджмента являются:  
управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений, управление на основе гибких экстренных решений  
бюджетный контроль, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений, управление на основе гибких экстренных решений  
бюджетный контроль, управление на основе экстраполяции, управление на основе предвидения изменений,

Для управления на основе бюджетно-финансового контроля характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
альтернативность решений  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

Для управления на основе экстраполяции характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
альтернативность решений  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

Для управления на основе предвидения изменений характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

Для управления на основе гибких экстренных решений характерно:  
отход от экстраполяции оценок  
внутренняя направленность отчетности и плановой информации  
альтернативность решений  
рост значимости интуиции  
прогнозы на основе экстраполяции

С. Вутон и Т.Хорн рассматривают процесс стратегического управления как взаимосвязь следующих этапов:  
стратегический анализ, выбор стратегического направления, реализация стратегии  
определение цели, анализ "пробелов", формулирование стратегии, реализация стратегии

анализ среды, определение миссии и целей, выбор и выполнение стратегии, оценка и контроль реализации

Миссия организации - это:

Конкретное состояние отдельных характеристик организации, достижение которых является для нее желательным и на достижение которых направлена ее деятельность

Метод установления долгосрочных целей организации

Отличительные особенности, дающие возможности делового успеха, базирующиеся на предоставлении выгод всем заинтересованным субъектам организации

Последовательная и согласованная структура управленческих решений

Ф. Котлер выделил следующие факторы, с учетом которых вырабатывается миссия:

система мотивации, история фирмы, стиль управления, состояние среды организации, ресурсы

история фирмы, стиль управления, состояние среды организации, ресурсы, отличительные особенности

стратегические цели фирмы, опыт работы, ресурсы, конкурентные преимущества; документооборот в фирме

определение цели, анализ "пробелов", формулирование стратегии, реализация стратегии

Стратегическая цель - это:

Конкретное состояние отдельных характеристик организации, достижение которых является для нее желательным и на достижение которых направлена ее деятельность

Метод установления долгосрочных целей организации

Отличительные особенности, дающие возможности делового успеха, базирующиеся на предоставлении выгод всем заинтересованным субъектам организации

Последовательная и согласованная структура управленческих решений

Практическая ценность стратегических целей состоит в том, что:

на целях базируется система мотивации персонала фирмы

это исходная точка формулирования миссии фирмы

это показатель доходности фирмы

это стиль управления фирмой

Критерий обоснованности стратегических целей, отражающий точность ее содержания, объема и времени:

гибкость

приемлемость

измеримость  
конкретность  
достижимость  
согласованность

Критерий обоснованности стратегических целей, отражающий учет потребностей и традиций, сложившиеся в обществе - это:

гибкость  
приемлемость  
измеримость  
конкретность  
достижимость  
согласованность

Критерий обоснованности стратегических целей, отражающий восприимчивость целей к изменениям и корректировкам:

гибкость  
приемлемость  
измеримость  
конкретность  
достижимость  
согласованность

Критерий обоснованности стратегических целей, отражающий согласованность и взаимосвязь целей:

гибкость  
приемлемость  
измеримость  
конкретность  
достижимость  
согласованность

Критерий обоснованности стратегических целей, отражающий реальность достижения целей:

гибкость  
приемлемость  
измеримость  
конкретность  
достижимость  
согласованность

Критерий обоснованности стратегических целей, отражающий измеримость целей в количественном или качественном выражении:

гибкость

приемлемость  
измеримость  
конкретность  
достижимость  
согласованность

К целям в сфере доходов относят:

прибыльность, положение на рынке, производительность, финансовые ресурсы  
скорость обслуживания покупателей, число жалоб со стороны покупателей  
объем благотворительности, текучесть кадров,  
положение на рынке, текучесть кадров, число жалоб со стороны покупателей

К целям в сфере работы с клиентами относят:

прибыльность, положение на рынке, производительность, финансовые ресурсы  
скорость обслуживания покупателей, число жалоб со стороны покупателей  
объем благотворительности, текучесть кадров,  
положение на рынке, текучесть кадров, число жалоб со стороны покупателей

К целям в сфере работы с сотрудниками относят:

прибыльность, положение на рынке, производительность, финансовые ресурсы  
скорость обслуживания покупателей, число жалоб со стороны покупателей  
объем благотворительности, текучесть кадров,  
положение на рынке, текучесть кадров, число жалоб со стороны покупателей  
количество пропусков работы, текучесть кадров, повышение квалификации работников

К целям в сфере социальной ответственности относят:

прибыльность, положение на рынке, производительность, финансовые ресурсы  
скорость обслуживания покупателей, число жалоб со стороны покупателей  
объем благотворительности, сроки проведения благотворительных акций,  
положение на рынке, текучесть кадров, число жалоб со стороны покупателей

Дерево целей - это:

Конкретное состояние отдельных характеристик организации, достижение которых является для нее желательным и на достижение которых направлена ее деятельность

Декомпозиция целей более высокого уровня в цели более низкого уровня  
Отличительные особенности, дающие возможности делового успеха, базирующиеся на предоставлении выгод всем заинтересованным субъектам организации

# Последовательная и согласованная структура управленческих решений

## Тема 3 Стратегия предприятия

Cash-flow-это:

Прибыль компании

Сумма денежных потоков, получаемых компанией

Часть денежных потоков, которые можно "безболезненно" для деятельности изъять из компании

Объемы продаж компании в денежном выражении

Методика составления бизнес-планов UNIDO разработана и используется:

Европейским Банком Реконструкции и Развития

Сберегательным банком РФ

ООН

Ак Барс Банком

PROPSPIN- это:

Показатель оценки эффективности инвестиций

Компьютерная программа для инвестиционного анализа

Система требования и форм бизнес-планирования

Название справочника инвестора

Оценка жизнеспособности идеи бизнес проекта производится на стадии:

Технического проектирования

Предпроектного исследования

Составления бизнес-плана проекта

Подготовки инвестиционного предложения

Поиск источников финансирования бизнес проекта производится на стадии:

Технического проектирования

Составления бизнес-плана проекта

Подготовки инвестиционного предложения

Предпроектного исследования

Процесс упорядочивания и согласования горизонтов стратегического управления производится на стадии:

Предпроектного исследования

Технического проектирования

Составления бизнес-плана проекта

Подготовки инвестиционного предложения

Процесс подготовки и согласования проектно-сметной документации проекта осуществляется на стадии:

- Предпроектного исследования
- Технического проектирования
- Составления бизнес-плана проекта
- Подготовки инвестиционного предложения

Процесс подготовки инженерного решения проекта осуществляется на стадии:

- Предпроектного исследования
- Технического проектирования
- Составления бизнес-плана проекта
- Подготовки инвестиционного предложения

Процесс формирования подробного плана маркетинга проекта осуществляется на стадии:

- Предпроектного исследования
- Технического проектирования
- Составления бизнес-плана проекта
- Подготовки инвестиционного предложения

Процесс формирования подробного плана материально-технического обеспечения проекта осуществляется на стадии:

- Предпроектного исследования
- Технического проектирования
- Составления бизнес-плана проекта
- Подготовки инвестиционного предложения

Процесс формирования подробного финансового плана проекта осуществляется на стадии:

- Предпроектного исследования
- Технического проектирования
- Составления бизнес-плана проекта
- Подготовки инвестиционного предложения

Процесс формирования подробного кадрового плана проекта осуществляется на стадии:

- Предпроектного исследования
- Технического проектирования
- Составления бизнес-плана проекта
- Подготовки инвестиционного предложения

COMFAR-это:

Компьютерная программа для инвестиционного анализа

Показатель оценки эффективности инвестиций  
Технического проектирования  
Составления бизнес-плана проекта  
Подготовки инвестиционного предложения

Процесс формирования подробного кадрового плана осуществляется на стадии:

Предпроектного исследования  
Технического проектирования  
Составления бизнес-плана проекта  
Подготовки инвестиционного предложения

Процесс формирования подробного плана управления рисками проекта осуществляется на стадии:

Предпроектного исследования  
Технического проектирования  
Составления бизнес-плана проекта  
Подготовки инвестиционного предложения

Предложение о сотрудничестве финансово-кредитным учреждениям - это:

Бизнес-план  
Инвестиционное предложение  
Коммерческое предложение  
Технико-экономическое обоснование проекта

Предложение о стратегическом инвестиционном сотрудничестве - это:

Бизнес-план  
Инвестиционное предложение  
Коммерческое предложение  
Технико-экономическое обоснование проекта

Предложение о закупке сырья и материалов - это:

Бизнес-план  
Инвестиционное предложение  
Коммерческое предложение  
Технико-экономическое обоснование проекта

IRR, NPV-это:

Статические показатели эффективности проекта  
Показатели оборачиваемости инвестиций  
Показатели деловой активности  
Динамические показатели эффективности проекта

План построения системы управления проектом отражается в:

Финансовом плане  
Организационно-административном плане  
Маркетинговом плане  
Юридическом плане

Стратегия - это:

Конкретное состояние отдельных характеристик организации, достижение которых является для нее желательным и на достижение которых направлена ее деятельность

Метод установления долгосрочных целей организации

Отличительные особенности, дающие возможности делового успеха, базирующиеся на предоставлении выгод всем заинтересованным субъектам организации

Установленный на достаточно длительный период совокупность норм, ориентиров и правил деятельности, обеспечивающих рост и высокую конкурентную способность организации, укрепляющих позиции на рынке, повышающих способность к развитию

А. Чандлер определяет стратегию как:

метод установления долгосрочных целей организации, программы его развития

метод определения конкурентных целей организации

способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней

последовательная и согласованная структура управленческих решений

способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации

способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны

Гарвардская школа бизнеса определяет стратегию как:

метод установления долгосрочных целей организации, программы его развития

метод определения конкурентных целей организации

способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней

последовательная и согласованная структура управленческих решений

способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации

способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны

М. Портер определяет стратегию как:

метод установления долгосрочных целей организации, программы его развития

метод определения конкурентных целей организации



способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней  
последовательная и согласованная структура управленческих решений  
способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации  
способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны

И. Ансофф определяет стратегию как:

метод установления долгосрочных целей организации, программы его развития

метод определения конкурентных целей организации

способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней

последовательная и согласованная структура управленческих решений

способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации

способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны

Г. Минцберг определяет стратегию как:

метод установления долгосрочных целей организации, программы его развития

метод определения конкурентных целей организации

способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней

последовательная и согласованная структура управленческих решений

способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации

способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны

Г. Хамел определяет стратегию как:

метод установления долгосрочных целей организации, программы его развития

метод определения конкурентных целей организации

способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней

последовательная и согласованная структура управленческих решений

способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации

способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны

Стратегия, направленная на утверждение деловых принципов в различных отраслях, в действиях и подходах, направленных на улучшение групп предприятий, это:

корпоративная стратегия

деловая стратегия  
функциональная стратегия  
операционная стратегия

Стратегия, концентрирующаяся на действиях и подходах, которые связаны с управлением, направленным на обеспечение успешной деятельности в одной сфере, это:

корпоративная стратегия  
деловая стратегия  
функциональная стратегия  
операционная стратегия

Стратегия, относящаяся к плану управления текущей и основной деятельностью подразделений предприятия, это:

корпоративная стратегия  
деловая стратегия  
функциональная стратегия  
операционная стратегия

Стратегия, которая определяет, как управлять ключевыми организационными звеньями предприятия, это:

корпоративная стратегия  
деловая стратегия  
функциональная стратегия  
операционная стратегия

Исходя из направлений развития выделяют следующие виды стратегий: стабильности, роста, сокращения, комбинированная преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная экспансия, диверсификация концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту, селективной специализации, полного охвата краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

Исходя из путей реализации конкурентных преимуществ выделяют следующие виды стратегий:

стабильности, роста, сокращения, комбинированная преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса

внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад  
использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней  
среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон  
совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная  
экспансия, диверсификация  
концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту,  
селективной специализации, полного охвата  
краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

Исходя из динамики продаж и прибыли выделяют следующие виды стратегий:

стабильности, роста, сокращения, комбинированная  
преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация  
наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса  
внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад  
использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней  
среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон  
совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная  
экспансия, диверсификация  
концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту,  
селективной специализации, полного охвата  
краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

В зависимости от стадии жизненного цикла выделяют следующие виды стратегий:

стабильности, роста, сокращения, комбинированная  
преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация  
наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса  
внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад  
использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней  
среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон  
совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная  
экспансия, диверсификация  
концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту,  
селективной специализации, полного охвата  
краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

В зависимости от внешнего и внутреннего окружения предприятия выделяют следующие виды стратегий:

стабильности, роста, сокращения, комбинированная  
преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация  
наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса  
внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад  
использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней

среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная экспансия, диверсификация концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту, селективной специализации, полного охвата краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

В зависимости от условий рынка выделяют следующие виды стратегий: стабильности, роста, сокращения, комбинированная преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная экспансия, диверсификация концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту, селективной специализации, полного охвата краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

Исходя из сегментации рынка выделяют следующие виды стратегий: стабильности, роста, сокращения, комбинированная преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная экспансия, диверсификация концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту, селективной специализации, полного охвата краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

Исходя из сроков реализации стратегии выделяют следующие виды стратегий: стабильности, роста, сокращения, комбинированная преимущества в издержках, фокусирование, дифференциация наступательная, оборонительная, смена видов бизнеса внедрение, рост и зрелость, насыщение, спад использования возможностей внешней среды, устранения угроз внешней среды, сохранения и укрепления сильных сторон, ликвидация слабых сторон совершенствования деятельности, товарная экспансия, рыночная экспансия, диверсификация

концентрации, функционального специалиста, специализации по клиенту, селективной специализации, полного охвата  
краткосрочная, среднесрочная, долгосрочная

При данной стратегии цели развития устанавливаются "от достигнутого" и корректируются на изменяющиеся условия:

при стратегии ограниченного роста

при стратегии роста

при стратегии сокращения

при комбинированной стратегии

При данной стратегии характерно установление значительного превышения уровня развития над уровнем прошлого периода:

при стратегии ограниченного роста

при стратегии роста

при стратегии сокращения

при комбинированной стратегии

При данной стратегии характерно установление целей ниже уровня, достигнутого в прошлом:

при стратегии ограниченного роста

при стратегии роста

при стратегии сокращения

при комбинированной стратегии

Стратегия дифференциации направлена на:

создание большого выбора действий в ценовой политике и уровне доходности

создание продукта с уникальными свойствами, которые закреплены торговой маркой

сосредоточение внимания на одном из сегментов рынка, на особой группе покупателей

Стратегия фокусирования направлена на:

создание большого выбора действий в ценовой политике и уровне доходности

создание продукта с уникальными свойствами, которые закреплены торговой маркой

сосредоточение внимания на одном из сегментов рынка, на особой группе покупателей

Стратегия преимущества в издержках направлена на:

создание большого выбора действий в ценовой политике и уровне доходности

создание продукта с уникальными свойствами, которые закреплены торговой маркой  
сосредоточение внимания на одном из сегментов рынка, на особой группе покупателей

Для какой стадии жизненного цикла характерна стратегия, направленная на создание рынка для нового продукта, обеспечение условий для увеличения продаж:

внедрение  
рост  
насыщение  
спад

Для какой стадии жизненного цикла характерна стратегия, направленная на создание быстрого роста объемов продаж, в том числе за счет модификаций товара, снижения издержек:

внедрение  
рост  
насыщение  
спад

Для какой стадии жизненного цикла характерна стратегия, направленная на повышение рентабельности производства за счет снижения издержек и других факторов:

внедрение  
рост  
насыщение  
спад

Для какой стадии жизненного цикла характерна стратегия увеличения затрат на стимулирование сбыта и снижение цен:

внедрение  
рост  
насыщение  
спад

Стратегия, направленная на поиск новых рынков сбыта для уже освоенных товаров - это:

совершенствование деятельности  
товарная экспансия  
рыночная экспансия  
диверсификация

Стратегия, направленная на разработку новых товаров для уже освоенных рынков сбыта - это:

- совершенствование деятельности
- товарная экспансия
- рыночная экспансия
- диверсификация

Стратегия, направленная на разработку новых товаров для новых рынков сбыта - это:

- совершенствование деятельности
- товарная экспансия
- рыночная экспансия
- диверсификация

Стратегия, направленная на разработку мероприятий маркетинга для имеющихся товаров на уже освоенных рынках сбыта - это:

- совершенствование деятельности
- товарная экспансия
- рыночная экспансия
- диверсификация

Для стратегии функционального специалиста характерно:

- полный ассортимент товаров для удовлетворения всех групп потребителей
- выпуск товаров для различных рынков, не связанных между собой
- специализация на определенной категории клиентов, предлагая широкую гамму товаров
- специализация на одной функции, но обслуживание всех групп потребителей

Для стратегии специализации по клиенту характерно:

- полный ассортимент товаров для удовлетворения всех групп потребителей
- выпуск товаров для различных рынков, не связанных между собой
- специализация на определенной категории клиентов, предлагая широкую гамму товаров
- специализация на одной функции, но обслуживание всех групп потребителей

Для стратегии селективной специализации характерно:

- полный ассортимент товаров для удовлетворения всех групп потребителей
- выпуск товаров для различных рынков, не связанных между собой
- специализация на определенной категории клиентов, предлагая широкую гамму товаров
- специализация на одной функции, но обслуживание всех групп потребителей

Для стратегии полного охвата рынка характерно:  
полный ассортимент товаров для удовлетворения всех групп потребителей  
выпуск товаров для различных рынков, не связанных между собой  
специализация на определенной категории клиентов, предлагая широкую гамму товаров  
специализация на одной функции, но обслуживание всех групп потребителей

Конкурентная стратегия лидера направлена на осуществление:  
активной и сильной обороны  
фронтальной атаки  
экономии сил и времени  
не вызывать интересов у конкурентов

Конкурентная стратегия претендентов на лидерство направлена на осуществление:  
активной и сильной обороны  
фронтальной атаки  
экономии сил и времени  
не вызывать интересов у конкурентов

Конкурентная стратегия ведомых направлена на осуществление:  
активной и сильной обороны  
фронтальной атаки  
экономии сил и времени  
не вызывать интересов у конкурентов

Конкурентная стратегия аутсайдеров и новичков направлена на осуществление:  
активной и сильной обороны  
фронтальной атаки  
экономии сил и времени  
не вызывать интересов у конкурентов

Экономия за счет ассортимента возникает за счет:  
роста текущего объема производства  
выпуска товаров, имеющих общий набор затрат  
роста кумулятивных объемов производства  
сосредоточения маркетинговых исследований на одном или двух рыночных сегментах  
улучшения координации действий с поставщиками и потребителями

Экономия за счет масштаба возникает за счет:



роста текущего объема производства  
выпуска товаров, имеющих общий набор затрат  
роста кумулятивных объемов производства  
сосредоточения маркетинговых исследований на одном или двух рыночных сегментах  
улучшения координации действий с поставщиками и потребителями

Экономия за счет накопления опыта возникает за счет:  
роста текущего объема производства  
выпуска товаров, имеющих общий набор затрат  
роста кумулятивных объемов производства  
сосредоточения маркетинговых исследований на одном или двух рыночных сегментах  
улучшения координации действий с поставщиками и потребителями

Экономия за счет концентрации на покупателе возникает за счет:  
роста текущего объема производства  
выпуска товаров, имеющих общий набор затрат  
роста кумулятивных объемов производства  
сосредоточения маркетинговых исследований на одном или двух рыночных сегментах  
улучшения координации действий с поставщиками и потребителями

Экономия от интеграции материально-технического обеспечения возникает за счет:  
роста текущего объема производства  
выпуска товаров, имеющих общий набор затрат  
роста кумулятивных объемов производства  
сосредоточения маркетинговых исследований на одном или двух рыночных сегментах  
улучшения координации действий с поставщиками и потребителями

В системе планов компании план управления оборотным капиталом является разделом:

Плана развития предприятия  
Плана диверсификации  
Плана НИОКР  
Бизнес-плана

В системе планов компании план материально-технического обеспечения является разделом:

Мастер плана  
Корпоративного плана  
Бизнес-плана

## Плана развития собственности

В системе планов компании план развития является разделом:

Плана НИОКР

Финансового плана

Мастер плана

Бизнес-плана

В системе планов компании бизнес-план является разделом:

Корпоративного плана

Стратегического плана

Плана производства и реализации

Мастер плана

В системе планов компании корпоративный план является разделом:

Стратегического плана

Мастер плана

Бизнес-плана

Плана развития собственности

В системе планов компании план НИОКР является разделом:

Маркетингового плана

Бизнес-плана

Плана развития

Бизнес-плана

Мастер план это:

Основной план развития организации

Раздел бизнес-плана

Способ взаимоувязки планов развития с действующими проектами организации

Взаимосвязь плана развития собственности компании с планом диверсификации и НИОКР

Элемент организационного обеспечения реализации стратегии

План развития:

Основной план развития организации

Раздел бизнес-плана

Способ взаимоувязки планов развития с действующими проектами организации

Взаимосвязь плана развития собственности компании с планом диверсификации и НИОКР

План координации деятельности структурных подразделений компании

Взаимосвязь краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных планов предприятия

Шендел Д., Стейнер Д., Гулд М., Лоранж П. - это  
школа дизайна  
школа планирования  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Количественный анализ использует  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа  
Школа обучения  
Школа планирования  
Школа власти

Основной акцент делает на формализацию разработки стратегии  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Когнитивная школа

Сценарные подходы к разработке стратегии - подход  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Инерционность - условие эффективности  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Стратегический маркетинг - категория  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Утверждение, что стратегия -это взаимосвязь оперативного, текущего и перспективного управления относят к

Школа дизайна

Школа планирования

Школа позиционирования

Школа предпринимательства

Когнитивная школа

Ансофф И., Гулд М., Куин Д., Кэмпбел Э. - это

школа дизайна

школа планирования

школа власти

школа позиционирования

школа конфигураций

Процесс оценки стратегии означает:

процесс разработки миссии и стратегических целей компании

процесс соотнесения разработанных планов и достигнутых результатов

процесс выбора стратегических альтернатив

процесс соотнесения разработанных планов с параметрами внешней среды

Основными элементами эффективной системы оценки стратегии является:

критерии оценки, информация для оценки, решения по результатам оценки

виды стратегии, информация для оценки, решения по результатам оценки

мотивация для оценки, критерии оценки, информация для оценки, решения по результатам оценки

мотивация для оценки, иерархия стратегий, информация для оценки, решения по результатам оценки

Метод оценки стратегии, который выражается в том, что для оценки

стратегии выбираются определенные показатели деятельности организации

- это:

метод отдельных показателей

метод группировки показателей

каскадный метод

пороговый метод

метод стратегической логики вариантов

бенчмаркинг

Метод оценки стратегии выражается в том, что для оценки стратегии

определенные показатели деятельности организации объединяются в единую систему - это:

метод отдельных показателей

метод группировки показателей

каскадный метод  
пороговый метод  
метод стратегической логики вариантов  
бенчмаркинг

В каком методе оценки стратегии оценивает различие между текущей позицией организации и ее целевой позицией:

метод отдельных показателей  
метод группировки показателей  
каскадный метод  
пороговый метод  
метод стратегической логики вариантов  
бенчмаркинг

Метод оценки стратегии, в котором формируется система нормативных значений показателей и качественная шкала для оценивания - это:

метод отдельных показателей  
метод группировки показателей  
каскадный метод  
пороговый метод  
метод стратегической логики вариантов  
бенчмаркинг

Метод, в котором стратегия оценивается исходя из жизненного цикла - это:

метод отдельных показателей  
метод группировки показателей  
каскадный метод  
пороговый метод  
метод стратегической логики вариантов  
бенчмаркинг

Метод оценки стратегии, который выражается в сопоставлении эффективности деятельности компании с компанией - лидером в отрасли - это:

метод отдельных показателей  
метод группировки показателей  
каскадный метод  
пороговый метод  
метод стратегической логики вариантов  
бенчмаркинг

Сопоставление характера и качества работы аналогичных подразделений в пределах компании относится к следующему виду бенчмаркинга  
функциональному

конкурентному  
внутреннему

Сравнение качества работы компании с ее конкурентами на рынке относится к следующему виду бенчмаркинга:

функциональному  
конкурентному  
внутреннему

Оценка позиции компании в отрасли с целью сопоставления затратно-результативных показателей с аналогичными по характеру выполняемых работ другими организациями относится к следующему виду бенчмаркинга:

функциональному  
конкурентному  
внутреннему

К какой ключевой задаче реализации стратегии относят мероприятие по разработке внутренней организационной структуры, исходя из нужд стратегии:

развитие корпоративной культуры  
разработка варианта действий при непредвиденных обстоятельствах  
построение организации, способной осуществить стратегию  
разработка системы оплаты и поощрения

К какой ключевой задаче реализации стратегии относят наделение каждой организационной единицы бюджетом по выполнению своей части стратегии:

развитие корпоративной культуры  
разработка варианта действий при непредвиденных обстоятельствах  
построение организации, способной осуществить стратегию  
разработка системы оплаты и поощрения  
разработка бюджета, обеспечивающего реализацию стратегии

К какой ключевой задаче реализации стратегии относят разработку системы мотивации организационных единиц и развития управления по результатам:

развитие корпоративной культуры  
разработка варианта действий при непредвиденных обстоятельствах  
построение организации, способной осуществить стратегию  
разработка системы оплаты и поощрения  
разработка бюджета, обеспечивающего реализацию стратегии

К какой ключевой задаче реализации стратегии относят определение и установление этических стандартов в организации:

развитие корпоративной культуры  
разработка варианта действий при непредвиденных обстоятельствах  
построение организации, способной осуществить стратегию  
разработка системы оплаты и поощрения  
разработка бюджета, обеспечивающего реализацию стратегии

К какой ключевой задаче реализации стратегии относят поддержку организационных инноваций и новых возможностей:

развитие корпоративной культуры  
разработка варианта действий при непредвиденных обстоятельствах  
построение организации, способной осуществить стратегию  
разработка системы оплаты и поощрения  
создание стиля стратегического руководства

#### Тема 4 Ситуационный анализ

В модели БКГ сочетание высоких темпов роста рынка с высокой относительной долей рынка - это

Трудные дети  
Звезды  
Дойные коровы  
Собаки

В модели БКГ сочетание низких темпов роста рынка с высокой относительной долей рынка - это

Трудные дети  
Звезды  
Дойные коровы  
Собаки

В модели БКГ сочетание низких темпов роста рынка с низкой относительной долей рынка - это

Трудные дети  
Звезды  
Дойные коровы  
Собаки

В модели БКГ сочетание высоких темпов роста рынка с низкой относительной долей рынка - это

Трудные дети  
Звезды  
Дойные коровы  
Собаки

В модели ADL сочетание стадии зрелости и ведущее положение требуют:  
Естественного развития  
Избирательного развития  
Доказывать жизнеспособность

В модели ADL сочетание стадии роста и сильного положения требуют:  
Естественного развития  
Избирательного развития  
Доказывать жизнеспособность

В модели ADL сочетание стадии старости и слабое положение требуют:  
Естественного развития  
Избирательного развития  
Доказывать жизнеспособность

Основной недостаток модели Артур де Литтл:  
Сложность в разработке  
Широта охвата  
Неточность  
Субъективность  
Длительный период разработки

Регрессионный анализ используется в  
Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель Артур де Литтл  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа

Экономико-статистический анализ используется в  
Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель Артур де Литтл  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа

Показатели технологического развития используется в  
Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель Артур де Литтл  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа

Показатели географии продаж используется в



Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель Артур де Литта  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа

Показатель рыночной позиции используется в

Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель Артур де Литта  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа

Стратегия

Аналитический процесс  
Синтетический процесс

Основной недостаток модели БКГ:

Сложность в разработке  
Широта охвата  
Множественность в трактовках  
Субъективность  
Длительный период разработки

Для монопродуктовых организаций наиболее эффективна

Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель Артур де Литта  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа

Показатели относительной конкурентной позиции вида бизнеса используется в

Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа  
Модель Хоффера и Шенделя

Стратегии роста и прибыли используется в

Модель PIMS  
Модель фирмы БКГ  
Модель М. Портера  
Модель И. Ансоффа

Модель Хоффера и Шенделя

Финансовые результаты являются результирующим показателем в

Модель PIMS

Модель фирмы БКГ

Модель М. Портера

Модель И. Ансоффа

Модель Хоффера и Шенделя

Не портфельный метод

Модель фирмы Шелл

Модель фирмы БКГ

Модель Артур де Литтл

Модель М. Портера

Модель И. Ансоффа

"Цепочка ценностей" используется в

Модель PIMS

Модель фирмы БКГ

Модель Артур де Литтл

Модель М. Портера

Модель И. Ансоффа

Фактор жизненного цикла используется в

Модель PIMS

Модель фирмы БКГ

Модель Артур де Литтл

Модель М. Портера

Модель И. Ансоффа

Показатели темпы роста рынка и относительная доля рынка используется в

Модель PIMS

Модель фирмы БКГ

Модель Артур де Литтл

Модель М. Портера

Модель И. Ансоффа

Высокая привлекательность рынка в сочетании с высоким относительным преимуществом на рынке соответствует стратегия:

"инвестировать"

"расти"

"извлекать доход"

"уходить из бизнеса"

Высокая привлекательность рынка в сочетании со средним относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"

"расти"

"извлекать доход"

"уходить из бизнеса"

Высокая привлекательность рынка в сочетании с низким относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"

"расти"

"извлекать доход"

"уходить из бизнеса"

Средняя привлекательность рынка в сочетании с низким относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"

"расти"

"извлекать доход, сокращаться"

"уходить из бизнеса"

Средняя привлекательность рынка в сочетании со средним относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"

"расти"

"извлекать доход"

"уходить из бизнеса"

Средняя привлекательность рынка в сочетании с высоким относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"

"расти"

"извлекать доход"

"уходить из бизнеса"

Низкая привлекательность рынка в сочетании с высоким относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"

"расти"

"извлекать доход"

"уходить из бизнеса"

Низкая привлекательность рынка в сочетании со средним относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"  
"расти"  
"извлекать доход"  
"уходить из бизнеса"

Низкая привлекательность рынка в сочетании с низким относительным преимуществом на рынке соответствует стратегии:

"инвестировать"  
"расти"  
"извлекать доход"  
"уходить из бизнеса"

Матрица направленной политики (Direct Policy Matrix) - это:

Матрица БКГ  
Матрица фирмы Шелл  
Матрица Абеля и Хаммонда  
Матрица Хоффера-Шенделя

Какая модель считается наиболее адекватной для капиталоемких отраслей промышленности (химия, нефтехимия, металлургия):

Матрица БКГ  
Матрица Абеля и Хаммонда  
Матрица Хоффера-Шенделя  
Матрица фирмы Шелл

В модели фирмы Шелл при сочетании высокой конкурентоспособности бизнеса и высокого показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Стратегию риска  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Лидер вида бизнеса  
Стратегия свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании высокой конкурентоспособности бизнеса и среднего показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Стратегию риска  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Лидер вида бизнеса  
Стратегия свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании высокой конкурентоспособности бизнеса и низкого показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Генератора денежной наличности  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Лидер вида бизнеса  
Стратегия свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании средней конкурентоспособности бизнеса и среднего показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Генератора денежной наличности  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Продолжать бизнес с осторожностью  
Стратегия свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании средней конкурентоспособности бизнеса и высокого показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Генератора денежной наличности  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Усиления конкурентных преимуществ  
Стратегия свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании средней конкурентоспособности бизнеса и низкого показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Генератора денежной наличности  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Усиления конкурентных преимуществ  
Частичного свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании низкой конкурентоспособности бизнеса и низкого показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Генератора денежной наличности  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Усиления конкурентных преимуществ  
Свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании низкой конкурентоспособности бизнеса и высокого показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Генератора денежной наличности  
Удвоить объем производства или свернуть бизнес  
Усиления конкурентных преимуществ  
Свертывания бизнеса

В модели фирмы Шелл при сочетании низкой конкурентоспособности бизнеса и среднего показателя перспектив бизнеса следует использовать стратегию:

Генератора денежной наличности

Удвоить объем производства или свернуть бизнес

Продолжать бизнес с осторожностью или частично свертывать производство

Свертывания бизнеса

В модели Абея и Хаммонда сочетание низкой привлекательности рынка и сильной конкурентной позиции соответствует:

Высокой привлекательности сектора

Средней привлекательности сектора

Низкой привлекательности сектора

В модели Абея и Хаммонда сочетание средней привлекательности рынка и сильной конкурентной позиции соответствует:

Высокой привлекательности сектора

Средней привлекательности сектора

Низкой привлекательности сектора

В модели Абея и Хаммонда сочетание низкой привлекательности рынка и средней конкурентной позиции соответствует:

Высокой привлекательности сектора

Средней привлекательности сектора

Низкой привлекательности сектора

В модели Абея и Хаммонда сочетание высокой привлекательности рынка и средней конкурентной позиции соответствует:

Высокой привлекательности сектора

Средней привлекательности сектора

Низкой привлекательности сектора

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии зарождения и сильной относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии роста

Стратегии концентрации

Стратегии раскрутки

Стратегии ликвидации

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии зарождения и слабой относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии роста

Стратегии концентрации

Стратегии раскрутки  
Стратегии ликвидации

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии зарождения и незначительной относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии роста  
Стратегии концентрации  
Стратегии раскрутки  
Стратегии ликвидации

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии роста и незначительной относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии роста  
Стратегии концентрации  
Стратегии раскрутки  
Стратегии ликвидации

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии роста и средней относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии роста  
Стратегии концентрации  
Стратегии раскрутки  
Стратегии ликвидации

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии зрелости и средней относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии увеличения прибыли  
Стратегии концентрации  
Стратегии раскрутки  
Стратегии ликвидации

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии зрелости и слабой относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии увеличения прибыли  
Стратегии концентрации  
Стратегии раскрутки  
Стратегии ликвидации

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии зрелости и незначительной относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

Стратегии увеличения прибыли  
Стратегии концентрации  
Стратегии раскрутки

## Стратегии отказа

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии сокращения и незначительной относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

- Стратегии увеличения прибыли
- Стратегии концентрации
- Стратегии раскрутки
- Стратегии отказа

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии сокращения и слабой относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

- Стратегии увеличения прибыли
- Стратегии концентрации
- Стратегии раскрутки
- Стратегии отказа

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии сокращения и средней относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

- Стратегии увеличения прибыли
- Стратегии концентрации
- Стратегии сокращения активов
- Стратегии отказа

В модели Хоффера-Шенделя сочетание стадии сокращения и сильной относительной конкурентной позиции бизнеса соответствует:

- Стратегии увеличения прибыли
- Стратегии концентрации
- Стратегии сокращения активов
- Стратегии отказа

Ориентация на всех потребителей и уникальность товара - это:

- Стратегия лидерства в минимизации издержек
- Дифференциации
- Сосредоточенность на минимизации издержек
- Сосредоточенность на дифференциации

Ориентация на всех потребителей и низкие издержки - это:

- Стратегия лидерства в минимизации издержек
- Дифференциации
- Сосредоточенность на минимизации издержек
- Сосредоточенность на дифференциации

Ориентация на определенный сегмент рынка и низкие издержки - это:



Стратегия лидерства в минимизации издержек  
Дифференциации  
Сосредоточенность на минимизации издержек  
Сосредоточенность на дифференциации

Ориентация на определенный сегмент рынка и уникальность товара - это:  
Стратегия лидерства в минимизации издержек  
Дифференциации  
Сосредоточенность на минимизации издержек  
Сосредоточенность на дифференциации

В теории "цепочки ценностей" М. Портера производственные процессы относятся к:  
Первичным действиям  
Вторичным действиям  
Развивающим действиям  
Управляющим действиям

В теории "цепочки ценностей" М. Портера сбыт относится к:  
Первичным действиям  
Вторичным действиям  
Развивающим действиям  
Управляющим действиям

В теории "цепочки ценностей" М. Портера управление персоналом относится к:  
Первичным действиям  
Вторичным действиям  
Развивающим действиям  
Управляющим действиям

В модели И. Ансоффа сочетание новых рынков и новых продуктов соответствует:  
Стратегии сокращения расходов  
Стратегии развития рынка  
Стратегии развития товара  
Стратегии диверсификации

В модели И. Ансоффа сочетание новых рынков и имеющихся продуктов соответствует:  
Стратегии сокращения расходов  
Стратегии развития рынка  
Стратегии развития товара  
Стратегии диверсификации

В модели И. Ансоффа сочетание имеющихся рынков и имеющихся продуктов соответствует:

- Стратегии сокращения расходов
- Стратегии развития рынка
- Стратегии развития товара
- Стратегии диверсификации

В модели И. Ансоффа сочетание имеющихся рынков и новых продуктов соответствует:

- Стратегия сокращения расходов
- Стратегия развития рынка
- Стратегия развития товара
- Стратегия диверсификации

В модели И. Ансоффа конгломератная диверсификация - это:

- Переход к новым технологиям и потребностям рынка
- Приобретение новых предприятий в других отраслях
- Запуск венчурных проектов
- Слияния и поглощения

Показатели затраты на "вход и выход" используется в

- Модель PIMS
- Модель фирмы БКГ
- Модель Артур де Литтла
- Модель М. Портера
- Модель И. Ансоффа

Показатель синергизма используется в

- Модель PIMS
- Модель фирмы БКГ
- Модель Артур де Литтла
- Модель М. Портера
- Модель И. Ансоффа

Портер М., Румельт Р., Хант М., Хенденсон Б. - это

- школа дизайна
- школа планирования
- школа власти
- школа позиционирования
- школа конфигураций

В модели отраслевого анализа М.Портера выделяются следующие группы конкурентных сил:

потенциальные и реальные конкуренты, поставщики, потребители; банки  
потенциальные и реальные конкуренты, поставщики, потребители,  
производители товаров-заменителей  
потенциальные и реальные конкуренты, поставщики, потребители,  
производители товаров-заменителей; маркетинговые посредники  
потенциальные и реальные конкуренты, поставщики, потребители,  
производители товаров-заменителей; государство

В модели Мак-Кинси "7С" изучаются следующие факторы:  
стратегия, навыки, ценности, технологические, политические,  
экономические и социальные факторы внешней среды  
потенциальные и реальные конкуренты, система, сотрудники, стиль,  
поставщики, потребители, производители товаров-заменителей  
стратегия, навыки, ценности, структура, система, сотрудники, стиль  
управления  
внутренние сильные и слабые стороны деятельности

Метод "6 Сигм" направлен на изучение:  
поведения основных участников рынка  
технологических, политических, экономических и социальных факторов  
внешней среды  
сильных и слабых сторон, внешних возможностей и угроз  
качества бизнес-процессов в организации

Основные критерии выбора стратегии:  
последовательность, согласованность, преимущество, осуществимость  
последовательность, срочность, возвратность инвестиций, срок окупаемости  
согласованность, последовательность, неосуществимость, иерархичность  
последовательность, преимущество, ликвидность, кредитоспособность

Позиция по матрице БКГ, которая характеризует старый товар, нулевые или  
отрицательные чистые денежные потоки - это:  
звезда  
дойная корова  
проблема  
собака

Позиция по матрице БКГ, которая характеризует стареющий товар, который  
не требует больших инвестиций и имеет значительные положительные  
денежные потоки - это:  
звезда  
дойная корова  
проблема  
собака

Позиция по матрице БКГ, которая характеризует новый товар, которому необходима значительная финансовая поддержка, характерны большие отрицательные потоки, риск вложения инвестиций велик - это:

звезда  
дойная корова  
проблема  
собака

Позиция по матрице БКГ, которая характеризует рыночного лидера, для которого характерны средние денежные потоки, необходимы существенные инвестиции - это:

звезда  
дойная корова  
проблема  
собака

Матрица БКГ строится по следующим показателям:

привлекательность бизнеса и конкурентоспособность позиции  
темп роста рынка и относительная доля на рынке  
объем инвестиций и срок возврата инвестиций  
стадии жизненного цикла и привлекательность бизнеса

Матрица GE/McKinsey строится по следующим показателям:

привлекательность бизнеса и конкурентоспособность позиции  
темп роста рынка и относительная доля на рынке  
привлекательность рынка и относительные преимущества на рынке  
стадии жизненного цикла и привлекательность бизнеса

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует ведущего лидера на рынке - это:

победитель 1  
победитель 2  
победитель 3  
проигравший 1  
проигравший 2  
проигравший 3  
вопрос  
средний бизнес  
создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует рыночного лидера, занимающего второе место после ведущего - это:

победитель 1

победитель 2  
победитель 3  
проигравший 1  
проигравший 2  
проигравший 3  
вопрос  
средний бизнес  
создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует слабеющего лидера на рынке - это:

победитель 1  
победитель 2  
победитель 3  
проигравший 1  
проигравший 2  
проигравший 3  
вопрос  
средний бизнес  
создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует осторожный бизнес - это:

победитель 1  
победитель 2  
победитель 3  
проигравший 1  
проигравший 2  
проигравший 3  
вопрос  
средний бизнес  
создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует быстрое снятие сливок - это:

победитель 1  
победитель 2  
победитель 3  
проигравший 1  
проигравший 2  
проигравший 3  
вопрос  
средний бизнес  
создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует перспективный бизнес - это:

- победитель 1
- победитель 2
- победитель 3
- проигравший 1
- проигравший 2
- проигравший 3
- вопрос
- средний бизнес
- создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует самого слабого конкурента на рынке - это:

- победитель 1
- победитель 2
- победитель 3
- проигравший 1
- проигравший 2
- проигравший 3
- вопрос
- средний бизнес
- создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует самого сильного конкурента из всех слабых на рынке - это:

- победитель 1
- победитель 2
- победитель 3
- проигравший 1
- проигравший 2
- проигравший 3
- вопрос
- средний бизнес
- создатель прибыли

Позиция по GE/McKinsey, которая характеризует серьезного конкурента среди слабых на рынке - это:

- победитель 1
- победитель 2
- победитель 3
- проигравший 1
- проигравший 2
- проигравший 3

вопрос  
средний бизнес  
создатель прибыли

В SWOT-анализе, сочетание высокой привлекательности возможностей и высокой вероятности успеха - это:

Наиболее результативные возможности, на которых должно строиться управление

Селективное управление

Слишком слабые возможности для их эффективного использования

Наблюдение за угрозами до достижения ими критических значений

В SWOT-анализе, сочетание низкой привлекательности возможностей и высокой вероятности успеха - это:

Наиболее результативные возможности, на которых должно строиться управление

Селективное управление

Слишком слабые возможности для их эффективного использования

Наблюдение за угрозами до достижения ими критических значений

В SWOT-анализе, в случае сочетания высокой серьезности угроз и высокой вероятности их наступления:

Необходимо разработать план развития предприятия

Необходимо проводить наблюдение за угрозами до достижения ими критических значений

Можно игнорировать угрозы

Необходимо продать бизнес

В SWOT-анализе, в случае сочетания низкой серьезности угроз и высокой вероятности их наступления:

Необходимо разработать план развития предприятия

Необходимо проводить наблюдение за угрозами до достижения ими критических значений

Можно игнорировать угрозы

Необходимо провести реинжиниринг

В SWOT-анализе, в случае низкой серьезности угроз и низкой вероятности их наступления

Необходимо разработать план развития предприятия

Необходимо проводить наблюдение за угрозами до достижения ими критических значений

Требуется селективное управление

Можно игнорировать угрозы

В SWOT-анализе, при сочетании высокой важности используемого фактора и низкого уровня его использования:

Необходимо сконцентрировать усилия по его использованию

Поддерживать усилия по его использованию

Определить низкий приоритет данному фактору

Возможно, внимание к данному фактору избыточно

В SWOT-анализе, при сочетании низкой важности используемого фактора и низкого уровня его использования:

Необходимо сконцентрировать усилия по его использованию

Поддерживать усилия по его использованию

Определить низкий приоритет данному фактору

Возможно внимание к данному фактору избыточно

В SWOT-анализе, при сочетании низкой важности используемого фактора и высокого уровня его использования:

Необходимо сконцентрировать усилия по его использованию

Поддерживать усилия по его использованию

Определить низкий приоритет данному фактору

Возможно внимание к данному фактору избыточно

PEST-анализ - это:

Анализ уровня прибыльности, экологической эффективности, социальной ориентированности и технической развитости фирмы

Оценка политических, экономических, социальных и технологических аспектов деятельности компании

Модуль компьютерной программы по проведению статистического анализа при составлении бизнес-плана

Анализ комплекса финансово-экономических показателей деятельности предприятия

Основной недостаток SWOT-анализа:

Сложность в разработке

Широта охвата

Неточность

Субъективность

Длительный период разработки

Внешняя среда предприятия это:

совокупность управляемых и неуправляемых факторов деятельности предприятия

совокупность существенных управляемых факторов деятельности предприятия



совокупность существенных неуправляемых факторов деятельности предприятия

совокупность несущественных неуправляемых факторов деятельности предприятия

совокупность несущественных управляемых факторов деятельности предприятия

Характеристикой внешней среды, показывающей число факторов, на которые предприятию следует реагировать, является:

сложность внешней среды

подвижность внешней среды

неопределенность внешней среды

непривычность событий

Характеристикой внешней среды, показывающей темп изменений факторов, является:

сложность внешней среды

подвижность внешней среды

неопределенность внешней среды

непривычность событий

Характеристикой внешней среды, показывающей количество и надежность информации о факторах, является:

сложность внешней среды

подвижность внешней среды

неопределенность внешней среды

непривычность событий

Характеристикой внешней среды, показывающей новизну возникающих событий, является:

сложность внешней среды

подвижность внешней среды

неопределенность внешней среды

непривычность событий

SCP-анализ направлен на изучение:

поведения основных участников рынка

технологических, политических, экономических и социальных факторов внешней среды

сильных и слабых сторон, внешних возможностей и угроз

качества бизнес-процессов в организации

Тема 5 Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности

Повышение инновационной активности и опережающее развитие высокотехнологичного сектора экономики - это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Стимулирование экономического роста и повышение эффективности производства на микроуровне через поддержку формирующихся цепочек импортозамещения, экспортных контрактов и использование других косвенных инструментов - это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Снижение трансакционных издержек деятельности предприятий за счет развития институтов рынков товаров, услуг, труда и капитала, формирования инфраструктуры обеспечения предпринимательской деятельности - это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Прекращение прямого и косвенного субсидирования неэффективных предприятий, эффективная селекция работоспособных предприятий, повышение действенности института банкротств, реструктуризация неэффективного сектора экономики, решение проблем монопрофильных городов - это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Стимулирование процессов реструктуризации и реформирования предприятий, повышения их эффективности, в том числе через развитие рынка консалтинговых услуг, содействие процессам интеграции и

образования крупных эффективных и конкурентоспособных компаний при всемерном содействии развитию малого среднего бизнеса – это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Окончательное снятие с предприятий бремени содержания некоммерческих звеньев - это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Сокращение и оптимизация государственного сектора при росте эффективности управления государственным имуществом

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Повышение эффективности естественных монополий путем обеспечения большей информационной прозрачности и ужесточения контроля за их издержками, организационного разделения естественно-монопольных и немонапольных сегментов, формирования конкурентной среды в немонапольных сегментах, обеспечения равного доступа к сетям, обеспечения контроля за поддержанием необходимого уровня инвестиций - это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева

Е. Гайдара

В. Черномырдина

Реализация целевых программ развития инфраструктуры транспорта, связи и телекоммуникаций, формирование конкурентной среды, создание равных и предсказуемых условий экономической деятельности в России, как в масштабе всей экономики, так и на конкретных отраслевых рынках - это программа

Г. Грефа

П. Бунича

В. Ишаева  
Е. Гайдара  
В. Черномырдина

В соответствии с "Программой социально-экономического развития РФ на 2003-2005 гг основными мерами являются:  
повышение конкурентоспособности государственного управления  
повышение конкурентоспособности бизнеса  
выход значительной доли бизнеса "из тени"  
уход от сырьевой направленности структуры экономики  
повышение конкурентоспособности "человеческого капитала"  
модернизация систем здравоохранения и социальной поддержки населения  
все варианты

В соответствии с "Программой социально-экономического развития РФ на 2003-2005 гг основными ограничениями экономического роста являются:  
обременительно высокое вмешательство государства в экономическую деятельность  
неэффективность судебной и правоохранительной системы государства  
закрытость экономики России с точки зрения ведения эффективной внешнеэкономической деятельности в силу избыточного таможенного и валютного регулирования и контроля  
несовершенство механизмов ценообразования на энергетические ресурсы  
благоприятная конъюнктура на мировых рынках углеводородного сырья  
неэффективность системы предоставления социальных услуг при низком уровне регистрируемой оплаты труда  
все варианты  
ни один из вариантов

В соответствии с "Программой социально-экономического развития РФ на 2003-2005 гг основными приоритетами являются:  
кардинальное увеличение несырьевого сектора  
переток капиталов из сырьевого сектора в обрабатывающие отрасли и увеличение прямых иностранных инвестиций  
опережающий рост "новой экономики"  
снижение энергоемкости экономики  
все варианты  
ни один из вариантов

В соответствии с концепцией Б. Березовского руководство страны контролируется:  
администраторами  
спецслужбами  
топ менеджментами

зарубежными агентами  
церковью  
ни один из вариантов

В соответствии с концепцией Б. Березовского, какие группы влияния можно выделить в России  
региональная элита, олигархи, бюрократия  
журналистское сообщество, интеллигенция, церковь  
спецслужбы, военные  
все варианты  
ни один из вариантов

В соответствии с посланием Президента РФ В. Путина ВВП планируется  
увеличить в 1,5 раза  
удвоить  
увеличить в 2,5 раза  
утроить  
увеличить в 4 раза

К какому году в соответствии с посланием Президента РФ В. Путина  
планируется удвоение ВВП  
2005  
2010  
2015  
2020  
2030

Для увеличения ВВП вдвое за 10 лет требуется среднегодовой темп прироста ВВП

не менее 6,0 %  
не менее 6,8 %  
не менее 7,2 %  
не менее 7,9 %  
не менее 8,2 %

Для увеличения ВВП вдвое к началу 2010 года за 10 лет (2000-2009) с учетом фактического роста в 2000-2003 гг., требуется среднегодовой темп прироста ВВП

не менее 6,0 %  
не менее 6,8 %  
не менее 7,2 %  
не менее 7,9 %  
не менее 8,2 %

Для увеличения ВВП вдвое к концу 2010 года за 10 лет (2001-2010 гг.) с учетом фактического роста в 2001-2003 гг. требуется среднегодовой темп прироста ВВП

не менее 6,0 %

не менее 6,8 %

не менее 7,2 %

не менее 7,9 %

не менее 8,2 %

Какие группы факторов определяют возможность удвоения ВВП РФ:

факторы удачи и политики

факторы удачи и благоприятной конъюнктуры

факторы политики и привлечения внешних инвестиций

факторы политики и внутренних заимствований

факторы удачи и развития наукоемких технологий

Рост экономики РФ в 2000-2003 годах в большей степени обусловлен

вкладом политики

вкладом благоприятного истечения обстоятельств

ростом инвестиций в экономику

снижением налогового бремени

все варианты

ни один из вариантов

В соответствие с посланием Президента РФ В.Путина главным ограничением конкурентоспособности российской экономики является:

низкая покупательная способность населения

высокие налоги

устаревшие основные фонды предприятий

высокие издержки ведения экономической деятельности

отсутствие среднего класса

Основные элементы нерыночного сектора в России

государственный сектор

монопольный сектор

реальный валютный курс

"голландская болезнь"

все варианты

ни один из вариантов

Горизонт планирования в стратегии развития Казани

до 2005 года

до 2010 года

до 2015 года

до 2020 года  
до 2050 года

Главная цель, заложенная в стратегии развития г. Казань  
рост численности населения  
рост доходов местного бюджета  
ликвидация ветхого жилья  
постоянное повышение качества жизни населения  
привлечение иностранных инвестиций

Какие блоки выделяются в системе целей развития города Казань  
устойчивая городская среда  
динамичная экономика  
сплоченное общество  
все варианты

В программе развития г. Казань, целью развития гражданского общества и власти является  
развитие местного самоуправления  
формирование среднего класса  
доступность и разнообразие услуг  
уменьшение социального неравенства  
укрепление здоровья горожан

В программе развития г. Казань, целью развития социальной структуры является  
развитие местного самоуправления  
формирование среднего класса  
доступность и разнообразие услуг  
уменьшение социального неравенства  
укрепление здоровья горожан

В программе развития г. Казань, целью развития культуры и СМИ является  
развитие местного самоуправления  
формирование среднего класса  
доступность и разнообразие услуг  
уменьшение социального неравенства  
укрепление здоровья горожан

В программе развития г. Казань, целью развития социальной защиты является  
развитие местного самоуправления  
формирование среднего класса  
доступность и разнообразие услуг

уменьшение социального неравенства  
укрепление здоровья горожан

В программе развития г. Казань, основными направлениями по развитию экономики являются:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы  
все варианты

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, увеличение объемов инвестиций, вкладываемых в развитие экономики и социальной сферы - это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы  
ни один из вариантов

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, снижение барьеров для бизнеса - это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, создание условий для развития справедливой конкуренции – это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы  
ни один из вариантов

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, обеспечение высокой общественной эффективности бюджетных расходов в результате реформирования бюджетного процесса - это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы  
ни один из вариантов

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, повышение уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции – это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат



городские финансы  
ни один из вариантов

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, рост реальных располагаемых доходов населения - это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы  
ни один из вариантов

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, развитие экспортно - ориентированных производств, увеличение объемов экспорта продукции - это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы  
ни один из вариантов

В программе развития г. Казань, в блоке по развитию экономики, снижение барьеров для бизнеса - это направление:

перспективные отрасли  
хозяйственный климат  
городские финансы  
ни один из вариантов

В программе развития г. Казань для совершенствования институциональных условий градостроительного развития города предлагается:

усовершенствовать инфраструктуру рынка недвижимости и укрепить кадровый потенциал  
возродить проблемные территории  
улучшить качество окружающей среды  
стимулировать активное градостроительное развитие Казани  
все варианты

В программе развития г. Казань для последовательного совершенствования городской среды предлагается:

усовершенствовать инфраструктуру рынка недвижимости  
укрепить кадровый потенциал  
возродить проблемные территории, улучшить качество окружающей среды,  
стимулировать активное градостроительное развитие Казани  
ни один из вариантов  
все варианты

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" к социальному направлению относится:

адресные субсидии

программа предоставления социального жилья

внедрение единого пособия по нуждаемости

все варианты

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" демонополизация в сфере обслуживания жилищного фонда и привлечение частного капитала относится к направлению:

экономическому

социальному

градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" участие граждан в управлении жилищной сферой и стимулирование создания ТСЖ относится к направлению:

экономическому

социальному

градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" повышение прозрачности деятельности естественных монополий и обеспечение ясных и предсказуемых правил подключения к сетям относится к направлению:

экономическому

социальному

градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" полная оплата жилищно - коммунальных услуг относится к направлению:

экономическому

социальному

градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" создание экономических стимулов к экономии ресурсов для населения и бюджетных учреждений относится к направлению:

экономическому

социальному

градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" внедрение единых пособий по нуждаемости относится к направлению:

экономическому

социальному  
градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" программа предоставления социального жилья относится к направлению:

экономическому  
социальному  
градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" система адресных субсидий относится к направлению:

экономическому  
социальному  
градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" разработка генерального плана относится к направлению:

экономическому  
социальному  
градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" внедрение энерго- и ресурсосберегающих технологий относится к направлению:

экономическому  
социальному  
градостроительно-техническому

В мегапроекте "Надежный дом, удобный район" благоустройство общественных и внутридворовых территорий относится к направлению:

экономическому  
социальному  
градостроительно-техническому

Какой из видов взаимодействия менеджеров предприятия относится к микровласти:

- С поставщиками и подрядчиками
- Со специалистами финансовой службы
- С государством
- С покупателями

Какой из видов взаимодействия менеджеров предприятия относится к микровласти:

- С поставщиками и подрядчиками
- С государством

С покупателями

Со специалистами маркетинговой службы предприятия

Какой из видов взаимодействия менеджеров предприятия относится к микровласти:

С сотрудниками компании

С поставщиками и подрядчиками

С консультантами

С покупателями

Какой из видов взаимодействия менеджеров относится к макровласти:

Со специалистами финансовой службы

С рабочими

С поставщиками и подрядчиками

С руководителем службы стратегического планирования

Какой из видов взаимодействия менеджеров относится к макровласти:

С аналитиками департамента макрополитического и экономического прогнозирования

С государственными органами

С рабочими

С руководителем службы стратегического планирования

Какой из видов взаимодействия менеджеров относится к макровласти:

Со специалистами финансовой службы

С депутатами Госдумы

С рабочими

С руководителем службы стратегического планирования

Какой из видов взаимодействия менеджеров относится к макровласти:

С инвесторами

Со специалистами маркетинговой службы

С аналитиками департамента макрополитического и экономического прогнозирования

С руководителем службы стратегического планирования

Бергер М., Болман Л., Салансик Г., Боуэр Дж., Фримен Р.-это школа дизайна

школа обучения

школа власти

школа позиционирования

школа конфигураций

Зальд М., Макмиллан А., Пфедфер Дж., Фримен Р. - это

школа дизайна  
школа обучения  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

С точки зрения какой школы, стратегия - это политическая категория:

Школы внешней среды  
Школы власти  
Школы предпринимательства  
Школы культуры

Какой школе присуща борьба с внешними проявлениями стратегии, а не с ее побудителями:

Школа культуры  
Когнитивная школа  
Школа власти  
Школа внешней среды

В какой школе стратегического менеджмента проблемы решаются по мере их возникновения:

Школа позиционирования  
Школа планирования  
Школа дизайна  
Школа власти

Стратегическое маневрирование относят к

Школе обучения  
Школе власти  
Школе культуры  
Школе внешней среды  
Школе конфигурации

Кооперативная стратегия - категория

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

"Допустимые границы конкурентных компромиссов" относят к

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры

Школа внешней среды  
Школа конфигурации

В какой школе предусмотрена возможность сознательной дезорганизации:

Школа власти  
Школа предпринимательства  
Школа дизайна  
Школа внешней среды

В соответствии с чьей точкой зрения в современной экономике побеждает новаторство:

А.Брандербургера и Б. Нейлбафа  
М. Трейси и Ф. Вирсемы  
Дж. Мура  
Брюса Хендерсона  
К.Эндрюса

В соответствии с чьей точкой зрения основная проблема развития - отсутствие навыков наладить сотрудничество:

А.Брандербургера и Б. Нейлбафа  
М. Трейси и Ф. Вирсемы  
Дж. Мура  
Брюса Хендерсона  
К.Эндрюса

В соответствии с чьей точкой зрения необходимо развивать экологическое сознание:

А.Брандербургера и Б. Нейлбафа  
М. Трейси и Ф. Вирсемы  
Дж. Мура  
Брюса Хендерсона  
К.Эндрюса

В соответствии с чьей точкой зрения от конкуренции необходимо двигаться к коэволюции:

А.Брандербургера и Б. Нейлбафа  
М. Трейси и Ф. Вирсемы  
Дж. Мура  
Брюса Хендерсона  
К.Эндрюса

"Бизнес - это игра" - с позиции чьей концепции:

М. Трейси и Ф. Вирсемы  
А.Брандербургера и Б. Нейлбафа

Дж. Мура  
Брюса Хендерсона  
К.Эндрюса

С позиции чьей концепции в борьбе победителей может быть много:

М. Трейси и Ф. Вирсемы  
А.Брандербургера и Б. Нейлбафа  
Дж. Мура  
Брюса Хендерсона  
К.Эндрюса

С позиции чьей концепции многие особенности бизнеса можно объяснить при помощи теории игр:

М. Трейси и Ф. Вирсемы  
А.Брандербургера и Б. Нейлбафа  
Дж. Мура  
Брюса Хендерсона  
К.Эндрюса

Стратегии возникают одновременно с возникновением проблем утверждают  
в

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Инструменты ситуационной стратегии используются в

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Экосистема бизнеса исследуется в

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Биологические законы используются в

Школа обучения  
Школа власти

Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Мейер Дж., Оливер К., Роуэн Б., Этли У. - это  
школа дизайна  
школа культуры  
школа власти  
школа внешней среды  
школа конфигураций

Тема 6 Стратегия и техническая политика предприятия

Миссия организации это  
Составная часть мастер-плана организации  
Основная стратегия (поле деятельности) развития организации  
Способ координации деятельности структурных подразделений компании  
Цели и задачи функционирования организации  
Стратегия взаимодействия собственников и менеджеров организации

Стратегическое намерение это:  
Элемент стратегического плана  
Начальный этап миссии организации  
Положение компании по отношению к конкурентам через 10 лет  
Цель развития компании на перспективу  
Способ формулировки стратегических задач

Миграция ценностей:  
Изменение целей организации вместе со стратегией  
Изменение организационной структуры компании  
Эволюция целей организации в соответствии с изменением рыночной конъюнктуры  
Перспективная стратегия компании  
Способ формулировки стратегических задач

Корпоративная стратегия это  
Стратегия в полиструктурных организациях  
Основная стратегия развития организации  
Способ координации деятельности структурных подразделений компании  
Основной раздел бизнес-плана  
Стратегия взаимодействия собственников и менеджеров организации

Рыночный профиль компании это  
Способ интегральной оценки внутренних возможностей организации



Способ интегральной оценки внешних возможностей организации  
Способ оценки возможностей и угроз компании  
Структура выручки реализации организации  
Сопоставление рыночных возможностей организации с конкурирующими

### Дифференциация

Стратегия концентрации на сегменте с наилучшими возможностями  
Стратегия представления на рынке максимально возможных вариаций товара  
Стратегия переориентации бизнеса  
Стратегия товарной специализации  
Стратегия производственной кооперации

### Диверсификация

Стратегия переориентации бизнеса  
Стратегия представления на рынке максимально возможных вариаций товара  
Стратегия концентрации на сегменте с наилучшими возможностями  
Стратегия товарной специализации  
Стратегия производственной кооперации

### Экосистема бизнеса это:

Обоснования влияния внешней среды на проекты организации  
Учет экологического фактора при разработке стратегии  
Форма в бизнес-плане организации  
Сфера макроэкономической активности государства  
Объединение усилий конкурирующих компаний для обновления ключевых сегментов рынка

### Цели технической политики компании:

Освоение и внедрение у заказчиков передовых информационных технологий  
Совершенствование уровня обслуживания и взаимодействия с техническим персоналом заказчиков  
Увеличение активности компании в области прикладного программного обеспечения, включая консалтинговые услуги и услуги по проектированию и разработке прикладных информационных систем  
Все ответы верны

### Техническая политика фирмы —

генеральная линия, система стратегических мер, проводимая руководством фирмы в области стратегии повышения качества продукции, ресурсосбережения, организационно-технического развития производства как компонентов целевой подсистемы системы менеджмента

совокупность мероприятий, проводимых государством в сфере внешнеэкономических отношений страны с миром с целью регулирования экспорта-импорта товаров, услуг и капитала, воздействия на платежный баланс страны, валютные курсы и конкурентоспособность национального производства

перспективный план развития, в котором отражены темпы роста, увеличение объемов поступления выручки, расширение номенклатуры выпускаемой продукции

Техническая политика направлена на достижение стратегических целей в области обеспечения:

конкурентоспособности выпускаемых товаров,  
технологий,  
производства

все ответы верны

Широкое внедрение инновационных технологий – это техническая политика предприятия:

да  
нет

Должны ли учитываться технические требования и технические условия при разработке технической политики предприятия?

да  
нет

Является ли разработка технической политики составляющей стратегии предприятия?

нет  
да

Система стратегического управления в области качества предусматривает мониторинг поведения продукции в эксплуатации, оценку продукции по стоимости жизненного цикла, мотивации производителей к постоянному улучшению качества:

нет  
да

Тема 7 Стратегический маркетинг

Стратегия маркетинга - это:

устав предприятия  
план и программа маркетинговой деятельности

комплекс долгосрочных базовых маркетинговых решений и маркетинговых принципов

маркетинговый раздел бизнес-плана

Целью стратегического маркетинга является отслеживание эволюции заданного рынка, выявление существующих или потенциальных рынков или их сегмента на основе анализа потребностей, нуждающихся в удовлетворении  
уточнение миссии, определение целей развития, разработка стратегии развития компании и пр  
выявление потребностей, которые компания будет удовлетворять  
формирование имиджа фирмы

Предназначение бизнеса – это  
повышение общественного блага  
миссия фирмы  
стратегия фирмы  
главная цель деятельности компании

Назовите первый этап процесса стратегического планирования в маркетинге:

разработка общей стратегии  
определение механизма контроля  
проведение маркетингового исследования  
определение целей компании

Преимущества компании перед конкурентами, которые основаны на отличительных качествах товаров, образующих ценность для покупателя – это

внешние  
внутренние  
краткосрочные

Процесс, осуществляемый фирмой с рыночной ориентацией с целью достижения показателей, превышающих среднерыночные, путем систематического проведения политики создания товаров и услуг, обеспечивающих потребителей товарами более высокой потребительской ценности, чем у конкурентов

товарная политика  
стратегический маркетинг  
оперативный маркетинг  
конкурентная борьба

Цели по объемам продаж не могут выражаться в:

денежных единицах  
процентах к оборотному капиталу  
натуральных показателей  
денежных единицах и натуральных показателях

Активный коммерческий процесс с краткосрочным горизонтом планирования, направленный на уже существующие рынки и имеющий целью получить заданный объем продаж путем использования тактических средств, относящихся к товару, сбыту, цене и коммуникациям

маркетинговая стратегия  
товарный маркетинг  
операционный маркетинг  
оперативный маркетинг

Цели стратегий роста выражаются в показателях:

Объем продаж  
Доля рынка  
Прибыль  
Размеры фирмы  
Все ответы верны

На внутренних конкурентных преимуществах основана стратегия экономии на издержках дифференциации лидера ни одна из названных

К плюсам стратегии лидерства за счет экономии на издержках относятся: инфляция издержек снижает способность фирмы поддерживать разность в ценах защита против сильных покупателей способность противостоять конкурентам в ходе ценовой войны позволяет добиться высокой доли рынка в целевом сегменте, но всегда ведет к малой доле рынка в целом

Приверженность клиентов марке – это:  
стратегии дифференциации  
стратегии экономии на издержках  
стратегия фокусирования  
стратегии наилучшей стоимости

На внешних конкурентных преимуществах основана стратегия экономии на издержках дифференциации

бросающего вызов  
лидера

Минусами использования стратегии дифференциации являются:  
роль фактора дифференциации снижается по мере привыкания к товару  
снижение взаимозаменяемости товаров, чувствительности к цене,  
повышение рентабельности  
технологические изменения могут обесценить предыдущий опыт и  
инвестиции  
по отношению к конкурентам дифференциация снижает степень  
взаимозаменяемости товара

Увеличение доли рынка подразумевает:  
Улучшение товара или услуги  
Изменения позиционирования марки  
Значительное снижение цены  
Укрепление сбытовой сети  
Проведение мероприятий по стимулированию сбыта  
Все ответы верны

Освоение новых каналов сбыта - это:  
В дополнение к имеющей сбытовой сети создать сеть франшиз  
Сбывать продукцию в нетрадиционных местах продаж  
Использовать каналы другого уровня ранее не используемых  
Все ответы верны

Стратегия интенсивного роста фирмы заключается:  
в расширении позиции на рынке за счет осуществления инновационной  
политики и совершенствования методов сбыта/продажи  
в активной узкой специализации деятельности фирмы  
в установлении мягкого или жесткого контроля над партнерами, клиентами  
и конкурентами, в целенаправленном воздействии на их поведение  
в расширении направлений бизнеса, диверсификации

Стратегия интеграционного роста фирмы состоит:  
в осуществлении контроля за поставщиками  
в осуществлении контроля за системой распределения (дистрибьюции)  
в установлении контроля над поставщиками, дистрибьюторами или  
конкурентами  
в осуществлении контроля за конкурентами

Расширение товарного ассортимента представляет собой:  
Разрабатываются новые модели или варианты товара с различным уровнем  
качества

Сбывать продукцию в нетрадиционных местах продаж

Стратегия отступления в матрице БКГ соответствует позиции:

“звезды”

“собаки”

“трудного ребенка”

"дойной коровы"

Позиция "Звезды" в стратегической матрице типа БКГ соответствует сочетание:

неблагоприятной рыночной ситуации и высокого потенциала фирмы

благоприятной ситуации на рынке и низкого потенциала фирмы

благоприятной рыночной ситуации и высокого потенциала фирмы

ни одной из перечисленных

Стратегии диверсификации в матрице "Товары/рынки" соответствует комбинация условий:

старый товар на старом рынке

новый товар на старом рынке

старый товар на новом рынке

новый товар на новом рынке

Задачами операционного маркетинга являются:

определение целей развития

разработка стратегии развития

детализация стратегии

реализация стратегии

Сегментация рынка – это:

группировка предприятий сферы производства по их размеру

выделение квоты покупок на международном рынке

процесс деления рынка на группы потребителей по заранее

определенным признакам

группировка продавцов по заранее определенным критериям

Концентрическая диверсификация – это:

При осуществлении этой стратегии фирма выходит за рамки промышленной цепочки, внутри которой она действовала, и ищет новые виды деятельности,

дополняющие существующие в плане технологическом или коммерческом

разрабатываются новые модели или варианты товара с различным уровнем

качества

Как правило, для сегментации рынков потребительских товаров не используют критерий

демографический/географический  
покупательский  
психографический  
поведенческий

Условием эффективности сегментации является  
существенный размер предприятия  
измеримость сегмента, его доступность и выгодность  
применение статистических методов группировки  
применение маркетинговых исследований при разработке стратегии

Главная цель оборонительной стратегии заключается в :  
Защите своей доли рынка , противодействуя наиболее опасным конкурентам  
Расширению потенциального рынка фирмы за счет создания новых товаров  
и выхода на новые рынки

Позиционирование – это  
место, занимаемое данным товаром в сознании потребителей по сравнению  
с аналогичными конкурирующими товарами  
действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные  
на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании  
целевой группы потребителей  
действия по сравнению характеристик товара, имиджа фирмы с  
аналогичными параметрами конкурентов на целевом рынке  
комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на формирование  
устойчивой конкурентной позиции в целевом сегменте

В 1993 г. фирма Pepsi Cola представила прозрачный напиток Cristal Pepsi -  
ее встретил весьма прохладный прием, так как потребители не  
рассматривали прозрачность как важную характеристику прохладительных  
напитков. Это  
недопозиционирование  
сверхпозиционирование  
запутанное позиционирование  
сомнительное позиционирование

В матрице "Стратегия - маркетинг" внутренний фокус внимания и высокий  
уровень принятия решения  
Решения по корпоративным и портфельным инвестициям  
Рыночная стратегия  
Оперативное планирование и управление  
Маркетинговое планирование и управление

В матрице "Стратегия - маркетинг" внешний фокус внимания и высокий уровень принятия решения  
Решения по корпоративным и портфельным инвестициям  
Рыночная стратегия  
Оперативное планирование и управление  
Маркетинговое планирование и управление

В матрице "Стратегия - маркетинг" внутренний фокус внимания и низкий уровень принятия решения  
Решения по корпоративным и портфельным инвестициям  
Рыночная стратегия  
Оперативное планирование и управление  
Маркетинговое планирование и управление

В матрице "Стратегия - маркетинг" внешний фокус внимания и низкий уровень принятия решения  
Решения по корпоративным и портфельным инвестициям  
Рыночная стратегия  
Оперативное планирование и управление  
Маркетинговое планирование и управление

## Тема 8 Стратегия внешнеэкономической деятельности

Кооперативные стратегии  
Стратегия в обществе с ограниченной ответственностью  
Стратегия консорциума  
Стратегия в корпорации  
Коммуникативная стратегия  
Объединение интересов организаций участвующих в разработке стратегии

Инсорсинговая интеграция - это когда:  
Исследования, производство и реализация осуществляются целиком и полностью самой организацией  
Производится привлечение сторонних организаций для осуществления отдельных внутренних видов деятельности компаний  
Все внутренние виды деятельности организации осуществляются сторонними организациями

Аутсорсинговая интеграция - это когда:  
Исследования, производство и реализация осуществляются целиком и полностью самой организацией  
Производится привлечение сторонних организаций для осуществления отдельных внутренних видов деятельности компаний



Все внутренние виды деятельности организации осуществляются сторонними организациями

Виртуальная интеграция - это когда:

Исследования, производство и реализация осуществляются целиком и полностью самой организацией

Производится привлечение сторонних организаций для осуществления отдельных внутренних видов деятельности компаний

Все внутренние виды деятельности организации осуществляются сторонними организациями

Стратегический альянс - это:

рисковые фирмы, которые создаются в областях, связанные с повышенной опасностью потерпеть убытки

система, в которой каждая компания владеет небольшой долей собственности во всех других компаниях группы

соглашение независимых компаний о сотрудничестве в рамках четко оговоренных сфер деятельности

совокупность продавцов или производителей, предлагающих какой-либо продукт, полностью заменяющих друг друга

К какому виду относится стратегический альянс, имеющий своей целью проведение фундаментальных НИР, коммерциализацию их результатов, соответствующее разделение рисков и инвестиций, взаимный доступ к новым технологиям

производственный

научно-технический

по совместному освоению новых рынков сбыта

Стратегический альянс, имеющий своей целью освоение технологических компетенций других компаний в процессе совместной организации производства новой продукции и выработки общих стандартов и стратегии отбора поставщиков, относится к следующему виду:

производственному

научно-техническому

по совместному освоению новых рынков сбыта

Стратегический альянс, имеющий своей целью сокращение затрат на снабжение, перевозки, сервис, относится к следующему виду:

производственному

научно-техническому

по совместному освоению новых рынков сбыта

Выделите особенность стратегического альянса:

это соглашение о сотрудничестве между фирмами, не доводящие до слияния в альянс не могут вступать конкуренты  
в альянсе не осуществляется совместная координация стратегического планирования и управления участниками деятельности

Выделите особенность стратегического альянса:

это соглашение о сотрудничестве между фирмами, доводящие до слияния в альянс могут вступать конкуренты  
в альянсе не осуществляется совместная координация стратегического планирования и управления участниками деятельности

Выделите особенность стратегического альянса:

в альянсе осуществляется совместная координация стратегического планирования и управления участниками деятельности

в альянс не могут вступать конкуренты

это соглашение о сотрудничестве между фирмами, доводящие до слияния

Транснациональная корпорация- это:

производственный, торговый и финансовый комплекс с единым центром принятия решений в стране базирования и с филиалами в других странах система, в которой каждая компания владеет небольшой долей собственности во всех других компаниях группы

соглашение независимых компании о сотрудничестве в рамках четко оговоренных сфер деятельности

совокупность продавцов или производителей, предлагающих какой-либо продукт, полностью заменяющих друг друга

Критерий отнесения корпорации к транснациональной составляет:

25% доли иностранных операций в доходах или продажах фирмы

временный характер существования

одна страна, в которой действует компания

владение не менее, чем 10 % "голосующих" акций в трех или более странах

Сущность интернационализации производства выражается:

в росте движения капитала между странами, прежде всего, в виде прямых инвестиций

в обмене средствами производства и научно-техническими, технологическими знаниями

в увеличении масштабов международной миграции рабочей силы

в создании конечного продукта в разных формах и на разных стадиях участвуют производители многих стран мира

Сущность интернационализация капитала выражается:

в росте движения капитала между странами, прежде всего, в виде прямых инвестиций  
в обмене средствами производства и научно-техническими, технологическими знаниями  
в увеличении масштабов международной миграции рабочей силы  
в создании конечного продукта в разных формах и на разных стадиях участвуют производители многих стран мира

Планирование ВЭД (внешнеэкономической деятельности) – это:  
набор действий и решений, предпринятых руководством фирмы (предприятия, организации), которые обеспечивают достижение целей компании средствами ВЭД на длительную перспективу  
набор действий, предпринятых руководством фирмы (предприятия, организации), которые обеспечивают достижение целей компании средствами ВЭД на длительную перспективу  
деятельность предприятия, направленная на внешний рынок

К принципам планирования ВЭД относятся: (возможно несколько вариантов)

принцип единства

принцип участия

принцип непрерывности

принцип точности

все ответы верны

Принцип участия:

означает, что в процесс планирования ВЭД должны вовлекаться все службы и специалисты предприятия, кого он непосредственно затрагивает  
когда каждый из участников организации получает глубокое понимание деятельности компании, усиливает свою мотивацию, развивает себя как личность, принимает решения в управлении предприятием  
предусматривает конкретизацию и детализацию в той степени, в какой позволяют внешние и внутренние условия деятельности фирмы

Принцип непрерывности и гибкости планирования:

находит отражение в осуществлении постоянного мониторинга происходящих в результате реализации планов изменений и маневрировании и корректировке планов в случае возникновения непредвиденных обстоятельств  
предусматривает конкретизацию и детализацию в той степени, в какой позволяют внешние и внутренние условия деятельности фирмы  
когда каждый из участников организации получает глубокое понимание деятельности компании, усиливает свою мотивацию, развивает себя как личность, принимает решения в управлении предприятием

Принцип точности:

находит отражение в осуществлении постоянного мониторинга происходящих в результате реализации планов изменений и маневрировании и корректировки планов в случае возникновения непредвиденных обстоятельств

предусматривает конкретизацию и детализацию в той степени, в какой позволяют внешние и внутренние условия деятельности фирмы  
когда каждый из участников организации получает глубокое понимание деятельности компании, усиливает свою мотивацию, развивает себя как личность, принимает решения в управлении предприятием

Процесс планирования ВЭД заключается в решении задач, связанных с выбором альтернативных действий, а именно:

по разработке стратегических целей компании: общих и непосредственно внешнеэкономических

по оценке ее возможностей и ресурсов (производственных, кадровых, финансовых, управленческих)

по анализу тенденций в области маркетинговой деятельности на зарубежных и внутренних рынках

по определению стратегии на перспективу и разработке программ  
все ответы верны

Внешнеэкономическая стратегия компании – это:

система решений, принимаемых руководством фирмы  
рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение намеченных компанией внешнеэкономических целей  
набор методов выведения товаров на мировой рынок

Выработка стратегии ВЭД предполагает реализацию:

6 этапов

5 этапов

4 этапов

Выработка стратегии ВЭД на первом этапе предполагает:

оценку готовности предприятия для выступления в международный бизнес  
получение различных видов поддержки

определение механизма внешнеэкономической операции

Выработка стратегии ВЭД на втором этапе предполагает:

оценку готовности предприятия для выступления в международный бизнес  
получение различных видов поддержки

формулирование цели и тактики предприятия

Выработка стратегии ВЭД на третьем этапе предполагает:  
выбор форм внешнеэкономической деятельности  
получение различных видов поддержки  
формулирование цели и тактики предприятия

Выработка стратегии ВЭД на четвертом этапе предполагает:  
выбор форм внешнеэкономической деятельности  
получение различных видов поддержки  
формулирование цели и тактики предприятия

Выработка стратегии ВЭД на пятом этапе предполагает:  
оценку готовности предприятия для выступления в международный бизнес  
получение различных видов поддержки  
определение механизма внешнеэкономической операции

Выработка стратегии ВЭД на шестом этапе предполагает:  
выбор форм внешнеэкономической деятельности  
исполнение международной коммерческой сделки  
формулирование цели и тактики предприятия

В каком виде конкурентной борьбы участвуют производители легковых автомобилей:

Чистая монополия

Чистая олигополия

Чистая конкуренция

Монополистическая конкуренция

Дифференцированная олигополия

Выход на мировые рынки лучше всего осуществлять на стадии:

Возникновения спроса

Развития спроса

Падения спроса

На любой стадии жизненного цикла

Назовите одну из сфер хозяйственной деятельности фирмы, связанную с выходом на внешние рынки

Инвестиционная деятельность

Инновационная деятельность

Маркетинговая деятельность

Внешнеэкономическая деятельность

Производственная деятельность

Назовите один из моментов, на которые должна делать акцент фирма в направлении экспорта:

Обеспечение товарами, имеющими преимущества перед продукцией внутреннего производства  
Расширение масштабов накопления  
Перераспределение богатства и дохода  
Формирование валютных ресурсов, необходимых для обеспечения импортных поставок  
Дипломатическое обеспечение благоприятных условий для внешнеэкономической деятельности

На чем базируются международные экономические отношения?  
На инфляции и безработице  
На спросе и предложении  
На международном разделении труда  
На внутреннем разделении труда  
На инфляции

На каком этапе развития внешнеэкономической деятельности может происходить реконструкция и перепрофилирование подразделений и отраслей-субъектов ВЭД  
На этапе унификации условий деятельности подразделений организации на внутреннем и внешнем рынках  
На этапе оптимизации структуры внешнеэкономического комплекса  
На этапе стабилизации внешнеэкономического комплекса  
На этапе упорядочения экспортоориентированных производств организации

К внешнеторговым операциям относятся (2 ответа):  
экспорт  
импорт  
валютные и финансово-кредитные операции  
производственная кооперация

Какую основную цель преследует реконструкция ранее действующего механизма управления внешнеэкономическим комплексом?  
Стимулирование внешнеэкономической деятельности  
Адаптацию к географическим условиям  
Планирование внешнеэкономической деятельности

Назовите один из основных факторов, который должен учитываться в анализе вариантов торговых отношений с зарубежными странами:  
обменный курс  
стабильность цен  
склад ума и психология людей, живущих в стране  
национальность людей  
семейное положение

Что подразумевается под созданием условий, способствующих размещению производства конкурентоспособной продукции в рамках нескольких объединенных независимых организаций?

Рост денежной массы

Развитие импортозамещающих производств

Развитие новотехнологичных производств

Развитие малого бизнеса

Научно-технический прогресс

Основой экспорта в ближайшей перспективе являются:

Товары с высокой степенью переработки

Переработанные товары

Товары бытового назначения

Продовольственные товары

Товары с относительно невысокой степенью переработки

При согласовании условий контракта с зарубежным партнером важно знать:

действуют ли международные договоры между странами

действует ли должностная инструкция

владеет ли русским языком зарубежный партнер

какая ставка рефинансирования

условия географического положения зарубежного партнера

Как называется биржа, на которой осуществляется купля-продажа определенных видов товаров:

валютная

товарная

фондовая

На уровне предприятия стратегическое планирование ВЭД является:

управленческим процессом создания и поддержания стратегического

соответствия между целями предприятия и деловыми операциями

управленческим процессом создания и поддержания стратегического

соответствия между целями предприятия во внешнеэкономической

деятельности, его потенциальными возможностями и шансами в этой сфере

программа деятельности предприятия по обеспечению его экономического и социального роста

Новая стратегия внешнеэкономической деятельности предполагает

изменение производственной структуры в пользу:

высокотехнологичных отраслей

добывающих отраслей

В основе разработки стратегии внешнеэкономической деятельности отдельных предприятий, объединений и организаций лежат прежде всего основные направления реформирования внешнеэкономической деятельности в стране:

развитие прямых производственных и научно-технических связей  
предоставление предприятиям права самостоятельного выхода на внешнеэкономические рынки

формирование совместных предприятий и организаций, а также ассоциаций делового сотрудничества

предоставление в соответствии с законом кооперативам права осуществления внешнеэкономической деятельности

совершенствование системы распределения валютной прибыли

приближение налоговой и таможенной систем к общеевропейской и мировой

все ответы верны

## Тема 9 Стратегия и организационная структура

Стратегия - продукт интуиции руководителя - идея

Школа дизайна

Школа планирования

Школа позиционирования

Школа предпринимательства

Когнитивная школа

Менеджер, который вносит вклад через активное использование своих способностей, знаний, опыта и умения организовать свой труд - это:

Руководитель 1-го уровня

Руководитель 2-го уровня

Руководитель 3-го уровня

Руководитель 4-го уровня

Руководитель 5-го уровня

Менеджер, который вносит личный вклад в достижение целей, стоящих перед компанией, эффективно работает с другими членами команды - это:

Руководитель 1 -го уровня

Руководитель 2-го уровня

Руководитель 3-го уровня

Руководитель 4-го уровня

Руководитель 5-го уровня

Менеджер, который организует людей, рационально распределяет ресурсы с целью выполнения поставленных задач - это:

Руководитель 1-го уровня



Руководитель 2-го уровня  
Руководитель 3-го уровня  
Руководитель 4-го уровня  
Руководитель 5-го уровня

Менеджер, который формирует "видение" будущего компании и последовательно добивается того, чтобы компания продвигалась по намеченному пути - это:

Руководитель 1-го уровня  
Руководитель 2-го уровня  
Руководитель 3-го уровня  
Руководитель 4-го уровня  
Руководитель 5-го уровня

Менеджер, устанавливающий стандарты долгосрочного успеха компании, скромный, выбирающий последователей, способных добиваться еще больших результатов - это:

Руководитель 1-го уровня  
Руководитель 2-го уровня  
Руководитель 3-го уровня  
Руководитель 4-го уровня  
Руководитель 5-го уровня

Принцип "стратегия это процесс предвидения" - принцип

Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа  
Школа обучения  
Школа власти

Гамперт Д., Друкер П., Коул А., Шумпетер И. -это

школа предпринимательства  
школа планирования  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Фактор управленческой команды используются в

Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Стивенсон Г., Уэстли Ф., Шумпетер И., Найт К., Питере Т. - это  
школа предпринимательства  
школа планирования  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Бейтсон Г., Дюгейм А., Киники А., Саймон Г. - это  
школа дизайна  
школа планирования  
когнитивная школа  
школа позиционирования  
школа конфигураций

С позиции какой школы стратегия - концептуальная схема достижения результатов:

Школы предпринимательства  
Когнитивной школы  
Школы дизайна  
Школы позиционирования

С позиции какой школы стратегия - способ получения информации, ее обработки и моделирования:

Когнитивной школы  
Школы предпринимательства  
Школы дизайна  
Школы позиционирования

Понятие социализации используются в

Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Понятие кодирования используются в

Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Картографирование используются в

Школа дизайна

Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

Мозговая атака шире всего используются в  
Школа дизайна  
Школа планирования  
Школа позиционирования  
Школа предпринимательства  
Когнитивная школа

В какой школе присутствует низкая степень формализации:  
Когнитивная школа  
Школа позиционирования  
Школа дизайна  
Школа планирования

Барни Дж., Уотерман Р., Питере Т., Фельдман С. - это  
школа дизайна  
школа культуры  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Ригер Д., Рот К., Норманн Р., Когат Б. - это  
школа дизайна  
школа культуры  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Появление и развитие школы культуры связано с:  
Октябрьской революцией 1917 года в России  
С быстрым наступлением японских компаний и "новых индустриальных стран"  
Развитием отраслей "новой экономики"  
С процессами глобализации и развития теории "мультикультурного мира"  
Развитием информационных технологий

Производственные функции возможно использовать для разработки стратегии в  
Школа обучения  
Школа власти

Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

В какой школе стратегия является продуктом социального взаимодействия участвующих в процессе ее формирования людей:

Школа предпринимательства  
Школа власти  
Школа обучения  
Школа культуры

Тема 10 Стратегический потенциал организации

Необходимость "напряжения" объясняется:

Повышением конкурентоспособности компании за счет сокращения затрат  
Эффективностью обучения и развития компании в условиях дефицита ресурсов и возможностей  
Ускорением производственных и управленческих процессов в компании  
Сокращением срока возврата инвестиций

"Напряжение" способствует:

Концентрации ресурсов, рационализации их использования и комбинированию  
Росту инвестиций в обновление оборудования  
Повышению качества продукции  
Росту объемов производства

Переход из неформализованного знания в неформализованное знание - это:

Социализация  
Экстернализация  
Интернационализация  
Комбинация

Переход из неформализованного знания в формализованное знание - это:

Социализация  
Экстернализация  
Интернационализация  
Комбинация

Переход из формализованного знания в неформализованное знание - это:

Социализация  
Экстернализация  
Интернационализация  
Комбинация

Переход из формализованного знания в формализованное знание - это:

- Социализация
- Экстернализация
- Интернационализация
- Комбинация

Обучение по принципу в процессе работы или без отрыва от работы - подход с позиции:

- Социализации
- Экстернализация
- Интернационализации
- Комбинации

Неформальные собрания для обсуждения способов решения сложных проблем - это:

- Социализация
- Экстернализация
- Интернационализация
- Комбинация

Выражение мыслей на всегда адекватно - это взгляд с позиции:

- Социализации
- Экстернализации
- Интернационализации
- Комбинации

Переход из неформализованного знания в неформализованное знание - это

- Дружественное знание
- Концептуальное знание
- Операционное знание
- Системное знание

Переход из неформализованного знания в формализованное знание - это:

- Дружественное знание
- Концептуальное знание
- Операционное знание
- Системное знание

Переход из формализованного знания в неформализованное знание - это:

- Дружественное знание
- Концептуальное знание
- Операционное знание
- Системное знание

Переход из формализованного знания в формализованное знание - это:

Дружественное знание  
Концептуальное знание  
Операционное знание  
Системное знание

Напряжение

Неблагоприятный психологический климат в организации  
Функционирование организации в условиях дефицита ресурсов  
Стратегия развития компании в краткосрочный период  
Набор навыков и способностей организации  
Производственная специализация организации

Стержневые компетенции

Полномочия "топ" менеджмента компании  
Основные элементы стратегии компании  
Набор навыков и способностей организации, обеспечивающий ее конкурентоспособность  
Концепция функционирования компании на длительный период  
Обоснование приоритетов развития организации

Кто развивал концепцию ценностных дисциплин:

И. Ансофф  
М. Портера  
М. Трейси и Ф. Вирсема  
Джеймс Мур  
Г. Хемел и К. Прахалад

Кто является автором трех раундов тщательных размышлений:

И. Ансофф  
М. Портер  
М. Трейси и Ф. Вирсема  
Джеймс Мур  
Г. Хемел и К. Прахалад

В концепции М. Трейси и Ф. Вирсема для достижения производственного совершенства ключом к успеху выступает:

Формула  
Напряженность  
Решение  
Статус-кво  
Принятие трудных решений

В концепции М. Трейси и Ф. Вирсеммы для достижения лидерства по продукту ключом к успеху выступает:

Формула

Напряженность

Решение

Статус-кво

Принятие трудных решений

В концепции М. Трейси и Ф. Вирсеммы для достижения близости к потребителю ключом к успеху выступает:

Формула

Напряженность

Решение

Статус-кво

Принятие трудных решений

Стремление к интеллектуальному лидерству - это идеология:

М. Портера

Г. Хамела и К. Прахалада

М. Трейси и Ф. Вирсеммы

А. Брандербургера и Б. Нейлбафа

"Менеджеры должны знать уникальные ключевые компетенции своих компаний и уметь развивать их" - это позиция:

Дж. Мура

И. Ансоффа

М. Трейси и Ф. Вирсеммы

Г. Хамела и К. Прахалада

"Менеджерам необходимо сосредоточиться на базовых функциональных свойствах товаров и развивать их" - это взгляд:

И. Ансоффа

П. Друкера

Г. Хамела и К. Прахалада

М. Трейси и Ф. Вирсеммы

Аржирис К., Бауэр Дж., Бугельман Р., Нонака А. - это

школа дизайна

школа обучения

школа власти

школа позиционирования

школа конфигураций

Управление изменениями относят к

Школе обучения  
Школе власти  
Школе культуры  
Школе внешней среды  
Школе конфигурации

Использование стержневых компетенций относят к

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Использование понятия стратегические намерения относят к

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Использование категории напряжение относят к

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Вейк К., Итами Х., Кайерт Р., Кичел У., Сенге П. - это

школа дизайна  
школа обучения  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Тема 11 Проектирование систем управления

В соответствие с концепцией Л. Грейнера первым уровнем организационного развития является:

Делегирование  
Прямое управление  
Созидание  
Координация



В соответствии с концепцией Л. Грейнера последним уровнем организационного развития является:

- Делегирование
- Сотрудничество
- Созидание
- Координация

В соответствии со школой конфигурации, трансформация - это:

- Эволюционное развития
- Инновационное развитие
- Революционное развитие
- Поступательное развитие

В соответствии со школой конфигурации, конфигурация - это:

- Эволюционное развития
- Инновационное развитие
- Революционное развитие
- Поступательное развитие

В соответствии с концепцией Л. Грейнера элементом какого этапа является безалаберность управления:

- Делегирование
- Сотрудничество
- Созидание
- Координация

В соответствии с концепцией Л. Грейнера элементом какого этапа является переход на управление по проектам:

- Делегирование
- Сотрудничество
- Созидание
- Координация

В соответствии с концепцией Л. Грейнера элементом какого этапа является формализация бизнес процессов:

- Прямое управление
- Сотрудничество
- Созидание
- Координация

В соответствии с концепцией Л. Грейнера на каком этапе происходит передача управления фирмой профессиональным менеджером:

- Прямое управление
- Сотрудничество

## Созидание Координация

Герст Д., Доза И., Майлз Р., Сноу К.-это  
школа дизайна  
школа культуры  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Чандлер А., Хандавалл П., Фризен П., Доза И - это  
школа дизайна  
школа культуры  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

Клеммер Дж., Майлз Р., Сноу К., Чандлер А. - это  
школа дизайна  
школа культуры  
школа власти  
школа позиционирования  
школа конфигураций

С точки зрения какой из школ стратегия - процесс изменения устойчивости  
организации:

Школы власти  
Когнитивной школы  
Школы внешней среды  
Школы конфигураций

Понятие жизненного цикла организации доминирует в

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

Процесс трансформации исследуется в

Школа обучения  
Школа власти  
Школа культуры  
Школа внешней среды  
Школа конфигурации

С позиции какой из школ стратегия - процесс управляемого перехода организации из одного качественного устойчивого состояния в другое:

Школы власти

Когнитивной школы

Школы конфигураций

Школы внешней среды

Для функциональной структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

централизованный контроль стратегических результатов

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

чрезмерная фрагментация стратегически важных процессов

Для функциональной структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

увеличивает время реакции на возникшие проблемы

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для функциональной структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

способствует развитию у менеджеров системного подхода

повышает эффективность работы, если задания рутинны и повторяемы

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

чрезмерная фрагментация стратегически важных процессов

Для функциональной структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

нецентрализованный контроль стратегических результатов

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

структура увязана со стратегией через определение ключевых видов деятельности в функциональных службах

чрезмерная фрагментация стратегически важных процессов

Для функциональной структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

нецентрализованный контроль стратегических результатов

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

хорошо подходит к организациям с одним видом деятельности

Для функциональной структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

централизованный контроль стратегических результатов

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

чрезмерная фрагментация стратегически важных процессов

Для функциональной структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

снижает время реакции на возникшие проблемы

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для функциональной структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

увеличивает время реакции на возникшие проблемы

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

мешает развитию у менеджеров навыков системного подхода

использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для функциональной структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

функциональная близорукость

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для функциональной структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

переносит ответственность за результаты компании на высшее руководство

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям  
использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

увеличивает время реакции на возникшие проблемы

переносит ответственность за результаты компании на менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям  
использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

централизованный контроль стратегических результатов

переносит ответственность за результаты компании на высшее руководство

структура увязана со стратегией через определение ключевых видов деятельности в функциональных службах

разрешает каждой бизнес-единице создавать собственные цепочки ценностей

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

дублирование управленческих функций

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

разрешает каждой бизнес-единице создавать собственные цепочки ценностей

использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

снижает время реакции на возникшие проблемы

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям

отсутствие координации профильных действий различных бизнес-единиц

использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

снижает время реакции на возникшие проблемы

корпоративное руководство становится зависимым от менеджеров бизнес-единиц

хорошо подходит к диверсифицированным компаниям  
использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

снижает время реакции на возникшие проблемы  
хорошо подходит к диверсифицированным компаниям  
использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации  
излишняя конкуренция между бизнес-единицами за ресурсы

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерен следующий стратегический недостаток:

корпоративные менеджеры могут потерять контакт с ситуацией в бизнес-единице  
хорошо подходит к диверсифицированным компаниям  
снижает время реакции на возникшие проблемы  
использование эффекта кривой опыта за счет функциональной специализации

Для линейной (ориентированной на бизнес-единицы) структуры управления характерно следующее стратегическое преимущество:

централизованный контроль стратегических результатов  
переносит ответственность за результаты компании на высшее руководство  
структура увязана со стратегией через определение ключевых видов деятельности в функциональных службах  
освобождает руководителя от рутинной работы

Целью создания проектной группы является:

управление сквозным бизнес-процессом  
обмен опыта между специалистами, выполняющие различные функции управления  
управление высокорискованным и высокодоходным проектом  
управление реализацией конкретного проекта  
улучшение деятельности в стратегически важных областях

Целью создания венчурной группы является:

управление сквозным бизнес-процессом  
обмен опыта между специалистами, выполняющие различные функции управления  
управление высокорискованным и высокодоходным проектом

управление реализацией конкретного проекта  
улучшение деятельности в стратегически важных областях

Целью создания независимой рабочей группы является:  
управление сквозным бизнес-процессом  
обмен опыта между специалистами, выполняющие различные функции управления  
управление высокорискованным и высокодоходным проектом  
управление реализацией конкретного проекта  
улучшение деятельности в стратегически важных областях

Целью создания группы по выполнению межфункциональных заданий является:  
управление сквозным бизнес-процессом  
обмен опыта между специалистами, выполняющие различные функции управления  
управление высокорискованным и высокодоходным проектом  
управление реализацией конкретного проекта  
улучшение деятельности в стратегически важных областях

Целью создания группы по реализации процесса является:  
управление сквозным бизнес-процессом  
обмен опыта между специалистами, выполняющих различные функции управления  
управление высокорискованным и высокодоходным проектом  
управление реализацией конкретного проекта  
улучшение деятельности в стратегически важных областях

На каких элементах базируется корпоративная культура, обеспечивающая эффективную реализацию стратегии:  
этические нормы и принципы деятельности компании  
иерархия целей и стратегий бизнеса  
производственные мощности и технологии  
использование защиты внутренних ресурсов

Укажите основной принцип деятельности компании:  
обязательства по качеству продукции  
политическая активность  
платежеспособность  
производственная гибкость

Укажите основной принцип деятельности компании:  
производственная гибкость  
политическая активность

корпоративное товарищество  
кредитоспособность

Укажите основной принцип деятельности компании:

политическая активность

уважение к индивидуальности служащих и обязательства компании по отношению к ним

соблюдение закона

Укажите основной принцип деятельности компании:

производственная гибкость

политическая активность

защита окружающей среды

кредитоспособность