

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОЛОГОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджмента

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

**Методические указания для самостоятельной работы
студентов при подготовке к практическим занятиям**

Экономический факультет

Направление: 38.03.04 (081100.62) – Государственное и муниципальное управление
38.03.02 (080200.62) – Менеджмент

Профиль подготовки: управление малым бизнесом; маркетинг

Вологда

2015

УДК 338.24(076)

Стратегический менеджмент: методические указания для самостоятельной работы студентов при подготовке к практическим занятиям / сост. В.А. Игнатъевский. – Вологда: ВоГУ, 2015. – 26 с.

Приведены тестовые задания для подготовки к практическим занятиям, примерный перечень экзаменационных вопросов, а также литература по курсу «Стратегический менеджмент».

Методические материалы предназначены для студентов направлений 38.03.04 (081100.62) – Государственное и муниципальное управление; 38.03.02 (080200.62) – Менеджмент, профиль подготовки: управление малым бизнесом и маркетинг

Утверждено редакционно-издательским советом ВоГУ

Составитель В.А. Игнатъевский, канд. экон. наук, доцент

Рецензент А.А. Кольев, канд. экон. наук, доцент кафедры экономической деятельности в УИС Вологодского института права и экономики ФСИН России

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящие методические материалы составлены в соответствии с рабочей программой дисциплины «Стратегический менеджмент» для направлений 081100.62 – Государственное и муниципальное управление; 080200.62 – Менеджмент, профиль подготовки: управление малым бизнесом и маркетинг, и имеют целью оказание практической помощи курсантам при изучении данного курса.

Целью дисциплины «Стратегический менеджмент» является формирование базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области стратегического управления предприятиями и организациями, а так же развитие целеустремленности, организованности и культуры мышления у студентов.

Основными задачами дисциплины являются:

- 1) освоение новым содержанием и новой ролью категорий «стратегический менеджмент» в современных условиях рыночной экономики;
- 2) изучение способов анализа состояния и перспектив экономики организации, приобретение навыков выработки стратегических управленческих решений;
- 3) знакомство с механизмами внутри организационного взаимодействия разных уровней управления;
- 4) ознакомление с практикой работы современных компаний в вопросах регулирования отношений с деловым окружением, формирования и реализации стратегии и т.д.

Методической задачей курса является необходимость соединить экономическую теорию с практикой конкретной работы и на этой основе выработать у студентов навыки будущей работы в организациях всех форм собственности. Методические материалы включают: проверочные тесты; примерный перечень вопросов к экзамену; список рекомендованных источников по дисциплине.

Практические занятия проводятся с целью закрепления материала, изучаемого на лекциях и в ходе самостоятельной работы, выработки навыков его практического применения, способствует более глубокому проникновению в суть экономических процессов и явлений, формирует экономический образ мышления.

При подготовке ответов на тестовые задания необходимо использовать материалы лекции и литературу, предложенную к практическому занятию. При подготовке к практическим занятиям следует повторить теоретические вопросы по теме, знать основные термины и формулы, так как основными видами деятельности на практическом занятии является решение ситуационных задач.

2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Менеджмент

1. Менеджмент означает:

- 1) процесс, вид деятельности, управленческую функцию в условиях рыночной экономики;
- 2) категорию людей (менеджеров), осуществляющих управленческую деятельность;
- 3) комплексную систему управления деятельностью предприятия (фирмы), нацеленную на достижение оптимальных конечных результатов с минимальными затратами;
- 4) область человеческого знания, помогающая осуществлять управленческие функции;

2. Принципы управления - это:

- 1) способы осуществления управленческих действий на персонал для достижения целей управления производством;
- 2) совокупность повторяющихся конкретных приемов и способов управленческого воздействия, применяемых руководителем в процессе управления и определяющих особенности отношения людей к его действиям;
- 3) основные правила, которые должны соблюдаться управленческими работниками при принятии различного рода решений в определенных условиях и на соответствующих уровнях;
- 4) условия, которые оказывают существенное влияние на деятельность организации и вызывают необходимость принятия управленческих решений.

3. Методы управления – это:

- 1) способы осуществления управленческих действий на персонал для достижения целей управления производством;
- 2) совокупность повторяющихся конкретных приемов и способов управленческого воздействия, применяемых руководителем в процессе управления и определяющих особенности отношения людей к его действиям;
- 3) основные правила, которые должны соблюдаться управленческими работниками при принятии различного рода решений в определенных условиях и на соответствующих уровнях;
- 4) условия, которые оказывают существенное влияние на деятельность организации и вызывают необходимость принятия управленческих решений.

4. Стили управления – это:

- 1) способы осуществления управленческих действий на персонал для достижения целей управления производством;

- 2) совокупность повторяющихся конкретных приемов и способов управленческого воздействия, применяемых руководителем в процессе управления и определяющих особенности отношения людей к его действиям;
- 3) основные правила, которые должны соблюдаться управленческими работниками при принятии различного рода решений в определенных условиях и на соответствующих уровнях;
- 4) условия, которые оказывают существенное влияние на деятельность организации и вызывают необходимость принятия управленческих решений.

5. Какой подход в менеджменте рассматривает управление как взаимосвязанные действия.

- 1) процессный;
- 2) ситуационный;
- 3) системный;
- 4) целевой.

6. Системный подход к управлению рассматривает менеджмент как...

- 1) сложную совокупность взаимосвязанных элементов;
- 2) реализацию совокупности общих и специальных функций управления;
- 3) использование различных методов управления в зависимости от конкретной ситуации;
- 4) систему, основанную на разработке и реализации комплекса стратегических, тактических и оперативных целей управления

7. Что является предметом управленческого труда?

- 1) материальные ресурсы;
- 2) информация;
- 3) технология производства;
- 4) трудовые ресурсы.

8. Основными видами управления, различающимися между собой по виду субъекта управления, являются:

- 1) внешнее и внутреннее управление
- 2) управление мировой экономикой, региональное управление, управление предприятием;
- 3) индивидуальное, коллективное, ведомственное, муниципальное, государственное;
- 4) централизованное и децентрализованное управление.

9. Основными видами управления, различающимися между собой по виду объекта управления, являются:

- 1) внешнее и внутреннее управление
- 2) управление мировой экономикой, региональное управление, управление предприятием;
- 3) индивидуальное, коллективное, ведомственное, муниципальное, государственное;
- 4) централизованное и децентрализованное управление.

10. К основным задачам деятельности менеджера в организации относится задача...

- 1) поставить нужного человека на нужное место и добиться выполнения своих указаний;

- 2) добиться устранения конкурентов на рынке труда экономическими методами;
- 3) организовать выпуск собственной продукции по минимальным ценам;
- 4) осуществлять контроль за четким соблюдением режима рабочего дня.

11. Какие типы менеджмента существуют по времени наступления последствий для объекта управления и среды:

- 1) ситуационный, системный, стабилизационный, текущий;
- 2) стратегический, оперативный, текущий, перспективный;
- 3) системный, оперативный, текущий, стабилизационный;
- 4) перспективный, текущий, стратегический, системный

12. Предпринимательская организация – это:

- 1) организация, ориентированная на рост и больше рассчитывающая на имеющиеся возможности, чем на контролируемые ресурсы;
- 2) организация, построенная на участии работников в управлении;
- 3) автономная рабочая группа, одновременно занимающаяся добычей ресурсов, производством и обслуживанием конкретного потребителя;
- 4) организация с высокой степенью свободы в действиях работников.

13. Из каких составляющих складывается менеджмент?

- 1) стратегическое управление;
- 2) тактическое управление;
- 3) оперативное управление;
- 4) контроль.

14. Ключевым фактором в любой модели управления являются:

- 1) люди;
- 2) средства производства;
- 3) финансы;
- 4) структура управления.

15. На какие составляющие традиционно делятся задачи организации?

- 1) работа с людьми;
- 2) работа с информацией;
- 3) работа с предметами;
- 4) работа с финансами.

16. Какая последовательность приоритетов позволит фирме добиться успеха:

- 1) люди – продукция – прибыль;
- 2) прибыль – люди – продукция;
- 3) продукция – прибыль – люди;
- 4) люди – прибыль – продукция.

17. Какова важнейшая функция управления?

- 1) получение максимальной прибыли;
- 2) создавать условия для дальнейшего успешного функционирования предприятия;
- 3) минимизация налоговых платежей;
- 4) завоевание новых рынков сбыта.

Введение в стратегический менеджмент

18. Какие из следующих утверждений вы считаете верными:

- 1) существуют оптимальные для всех фирм стратегии;
- 2) процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален;
- 3) фирмы должны использовать единые методы стратегического управления;
- 4) при выработке стратегии фирмы учитывают некоторые обобщенные принципы.

19. Перенос центра внимания высшего руководства фирмы на окружение, с целью своевременного реагирования на происходящие в нем изменения, характерен для перехода:

- 1) от текущего планирования к долгосрочному;
- 2) от стратегического планирования к стратегическому управлению;
- 3) от долгосрочного планирования к стратегическому.

20. Что является характерным для менеджеров при стратегическом управлении:

- 1) ориентация внутрь организации;
- 2) поиск путей более эффективного использования ресурсов;
- 3) поиск новых возможностей в конкурентной борьбе;
- 4) отслеживание и адаптация к изменениям в окружении;
- 5) ориентация на внешнюю среду.

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

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

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

- 1) стратегического управления;
- 2) оперативного управления;
- 3) текущего управления;
- 4) производственного управления.

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

- 1) окружение не будет изменяться;
- 2) в окружении не будут происходить качественные изменения;
- 3) в окружении периодически будут происходить изменения;
- 4) в окружении постоянно будут происходить изменения.

24. При стратегическом управлении планы организации:

- 1) предусматривают только конкретные действия в настоящем и будущем;
- 2) базируются на четко известном и неизменном конечном состоянии;

- 3) фиксируют желаемое в будущем состояние организации;
- 4) позволяют организации реагировать на изменения в окружении.

25. Какое из следующих утверждений вы считаете правильным:

- 1) стратегическое управление - новая прогрессивная форма управления, поэтому организации могут перейти к ней легко и быстро;
- 2) переход к стратегическому управлению требует определенных затрат времени, но не ресурсов;
- 3) для того чтобы в организации начал осуществляться процесс стратегического управления, требуются огромные усилия;
- 4) переход к стратегическому управлению требует больших затрат времени и ресурсов.

26. Какова последовательность действий в рамках стратегического управления?

- 1) определение целей - определение миссии - выбор стратегии;
- 2) выбор стратегии - определение миссии - определение целей;
- 3) определение миссии - определение целей - выбор стратегии;
- 4) определение миссии - выбор стратегии - определение целей.

27. Что такое стратегическое планирование?

- 1) побуждение к действию;
- 2) управленческая необходимость;
- 3) оценка потребностей человека;
- 4) установление целей и увязка этих целей с ресурсами.

28. Решения какого элемента организации ориентированы на будущее?

- 1) данный элемент в будущем будет существовать в полном объеме;
- 2) данный элемент в настоящее время существует в полном объеме;
- 3) данный элемент не существует;
- 4) данный элемент в настоящее время не существует в полном объеме.

29. Основными элементами стратегического управления являются:

- а) стратегическое планирование, реализация стратегии, стратегический контроль;
- б) субъекты и объекты стратегического управления;
- в) стратегическое планирование и тактическое планирование;
- г) менеджмент, маркетинг, бенчмаркинг.

30. В каких организациях не применяется стратегический менеджмент?

- 1) мелкие;
- 2) крупные;
- 3) государственные;
- 4) общественные;
- 5) размер и форма собственности предприятия не имеют значения.

31. В каком состоянии находится система, которая функционирует в условиях высокой устойчивости?

- 1) стационарное;
- 2) динамичное;
- 3) равновесие;
- 4) сбалансированное.

32. Термин «стратегический менеджмент» был введен в обиход в XX веке в:

- | | |
|-------------|-------------|
| 1) 60-х гг. | 3) 80-х гг. |
| 2) 70-х гг. | 4) 90-х гг. |

33. Стратегическое управление можно рассматривать как динамическую совокупность нескольких взаимосвязанных управленческих процессов.

При этом в структуру стратегического управления Не входит:

- 1) анализ среды;
- 2) составление долгосрочных планов;
- 3) определение миссии и целей;
- 4) оценка и контроль выполнения стратегии.

34. Стратегический менеджмент – это определенная философия и идеология бизнеса и менеджмента, включающая в себя следующие моменты:

- 1) ориентация на производство, маркетинг, конкуренцию;
- 2) высокий профессионализм и творчество служащих;
- 3) взгляд на работников как на ресурс организации;
- 4) результат связан с эффективным использованием всего производственного персонала.

35. Представители какой школы менеджмента рассматривали стратегию как процесс конструирования, проектирования, моделирования:

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| 1) дизайна; | 4) предпринимательства; |
| 2) планирования; | 5) конфигурации. |
| 3) позиционирования; | |

Методология стратегического менеджмента

36. Стратегия организации это:

- 1) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка);
- 2) практическое использование методологии стратегического управления;
- 3) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
- 4) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.

37. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы»

- 1) долгосрочное планирование;
- 2) управление на основе контроля за исполнением;

- 3) управление на основе предвидения изменений;
- 4) управление на основе гибких экстренных решений.

38. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии (стратегическое планирование)»:

- 1) долгосрочное планирование;
- 2) управление на основе контроля за исполнением;
- 3) управление на основе предвидения изменений;
- 4) управление на основе гибких экстренных решений.

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

- 1) долгосрочное планирование;
- 2) управление на основе контроля за исполнением;
- 3) управление на основе предвидения изменений;
- 4) управление на основе гибких экстренных решений;

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

- 1) стратегическое планирование;
- 2) среднесрочное планирование;
- 3) долгосрочное планирование;
- 4) оперативное планирование.

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

- 1) стратегическое планирование;
- 2) среднесрочное планирование;
- 3) долгосрочное планирование;
- 4) оперативное планирование.

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

- 1) стратегическое планирование;
- 2) среднесрочное планирование;
- 3) долгосрочное планирование;
- 4) стратегическое управление.

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

- 1) потенциал;
- 2) сцена;
- 3) целевые установки;
- 4) миссия.

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

- 1) потенциал;
- 2) сцена;
- 3) целевые установки;
- 4) миссия.

45. Что это за определение стратегического менеджмента: «источник формирования конкурентного преимущества организации»?

- 1) потенциал;
- 2) сцена;
- 3) целевые установки;
- 4) миссия.

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

- 1) потенциал;
- 2) сцена;
- 3) целевые установки;
- 4) миссия.

47. Если «управление рассматривается как совокупность видов деятельности, направленных на достижение определённых результатов», то какая это сторона управления?

- 1) функциональная;
- 2) процессная;
- 3) элементная;
- 4) другая сторона.

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

- 1) функциональная;
- 2) процессная;
- 3) элементная;
- 4) другая сторона.

49. Если «управление рассматривается как деятельность по организации взаимосвязей определённых структурных элементов», то какая это сторона управления?

- 1) функциональная;
- 2) процессная;
- 3) элементная;
- 4) другая сторона.

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

- 1) разделение труда;
- 2) экономичность и эффективность;
- 3) единство направления;
- 4) выделение доминанты развития.

51. Как называется данный принцип «Применение достижений системного, ситуационного подходов, науки о человеческом поведении к управлению и формированию организации для достижения её целей. Определение на базе научного анализа лучших способов выполнения задач»?

- 1) разделение труда;

- 2) экономичность и эффективность;
- в) единство направления;
- 4) научность.

52. Как называется данный принцип «Определение перспективы, которая открывается перед организацией с точки зрения роста, нормы прибыли, стабильности и технологии; выделение на этой основе стратегических зон хозяйствования и стратегических хозяйственных центров»?

- 1) разделение труда;
- 2) экономичность и эффективность;
- 3) единство направления;
- 4) выделение доминанты развития.

53. Как называется данный принцип «Разработка и реализация стратегии организации строится исходя из имеющихся ресурсов и нацелена на превышение результатов над затратами в определённом плановом периоде»?

- 1) разделение труда;
- 2) экономичность и эффективность;
- 3) единство направления;
- 4) выделение доминанты развития.

54. Как называется данный принцип «Интересы одного работника или группы работников не должны превалировать над интересами организации»?

- 1) разделение труда;
- 2) экономичность и эффективность;
- 3) единство направления;
- 4) выделение доминанты развития.

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

- 1) разделение труда;
- 2) экономичность и эффективность;
- 3) единство направления;
- 4) выделение доминанты развития.

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

- 1) стратегическое планирование;
- 2) стратегия;
- 3) SWOT – анализ;
- 4) стратегическое управление.

Модель стратегического менеджмента

57. Выбрать миссию - значит ответить на вопрос

- 1) "Чем не нужно заниматься?"
- 2) "Чем мы занимаемся?"
- 3) "Что нас ожидает?"
- 4) "Что мы будем делать?"

58. Разработка и формулирование миссии организации необходимо для:

- 1) снижения неопределенности в отношении к организации со стороны лиц, имеющих с ней дело;
- 2) обеспечения ориентира самой фирме в ее долгосрочном "движении" на рынке;
- 3) выделения фирмы среди других подобных фирм на рынке;
- 4) получения максимального результата.

59. Какие термины нежелательны в формулировке миссии?

- 1) потребности;
- 2) доход;
- 3) рентабельность;
- 4) технологии обслуживания;
- 5) индекс ликвидности;
- 6) группы клиентов;
- 7) прибыль.

60. Что должно быть в основе генеральной цели?

- 1) технология;
- 2) специфика продукции или потребность в ней;
- 3) культура организации;
- 4) количество продукции.

61. Уровнями целей являются:

- 1) миссия, цели, решения;
- 2) миссия, задачи и их решения;
- 3) миссия, цель, задачи;
- 4) генеральная цель, миссия, условия;
- 5) задачи, структура.

62. В чем заключается глобальная цель организации?

- 1) характер организации;
- 2) технология производства;
- 3) приказ руководства;
- 4) организация автоматической системы управления;
- 5) экономичность способов преобразования ресурсов.

63. Что произойдет если прибыльность сделать главной целью организации?

- 1) улучшение положения в будущем;
- 2) постоянство прибыли каждый год;
- 3) увеличение инвестиций;
- 4) ухудшение положения в будущем.

64. Какую роль играет цель при разработке стратегии?

- 1) проверка реализуемости стратегии;
- 2) указывают критерии относительной оценки стратегий;
- 3) следит за реализацией стратегии;
- 4) указывает условия получения максимальной прибыли;
- 5) исследование будущих результатов.

65. Что необходимо делать руководителю, чтобы привлечь внимание в организации к вопросам стратегического развития?

- 1) выпускать справочный материал;
- 2) установить мнение, что управляющий всегда прав;

- 3) открыто и часто обсуждать правильность выбранной стратегии;
- 4) обсуждать правильность выбранной стратегии на совете директоров.

66. Что такое стратегия?

- 1) общее направление, на котором следует искать пути достижения целей;
- 2) организация автоматической системы управления;
- 3) сочетание знаний, навыков, оборудования и инфраструктуры, необходимых для осуществления желаемых преобразований в деятельность
- 4) исследования прошлого организации

67. Что обеспечивает стратегия?

- 1) снижение качества работы;
- 2) повышение издержек;
- 3) снижение производительности труда;
- 4) внимание к технологии производства;
- 5) концентрацию ресурсов организации на главных направлениях.

68. Что включает в себя анализ стратегических альтернатив при корректировке курса действий?

- 1) выработку в случае необходимости альтернативных решений;
- 2) проверку кадровых ресурсов;
- 3) выработку идей моделирования;
- 4) выработку новых стандартов.

69. Что служит критерием оценки процесса планирования?

- 1) качество решения;
- 2) начальная информация;
- 3) содержание решения;
- 4) удачи и ошибки.

70. На что обращается основное внимание при формулировке задачи?

- 1) способы и возможности решения задачи;
- 2) миссия организации;
- 3) способы достижения цели;
- 4) оценка результата;
- 5) конкретные проблемы.

71. Стратегическая зона хозяйствования — это:

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

72. Что включается в план стратегических хозяйственных единиц?

- 1) задачи, цели, прибыль, нужды;
- 2) задачи, цели, стратегия
- 3) программы, основные положения, факторы;
- 4) перечень организаций и их клиентов,
- 5) модели, задачи, условия, потребности.

73. Что является конечным результатом процесса стратегического планирования?

- 1) получение прибыли;
- 2) стратегическое решение; повышение производительности труда;
- 3) составление базы данных;
- 4) сбор, обработка и анализ информации.

74. Если Вы обрабатываете информацию о том, какие рынки сбыта наиболее эффективны, то на какой стадии процесса стратегического планирования Вы находитесь?

- 1) формирование целей;
- 2) выбор стратегии;
- 3) выявление ограничений;
- 4) оценка ситуации;
- 5) определение текущего положения фирмы.

75. Какие ошибки наиболее часто повторяются при реализации новой стратегии?

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

76. На какие виды стратегии можно разделить корпоративную стратегию:

- 1) корпоративную стратегию;
- 2) стратегию отдельных видов бизнеса;
- 3) функциональные стратегии;
- 4) оперативную стратегию.

Анализ конкурентоспособности

77. Продукт обладает конкурентными преимуществами если

- 1) интересен покупателю настолько, что он готов отдать за него деньги;
- 2) интересен покупателю более, чем аналогичный по потребительским качествам продукт, производимый другими фирмами;
- 3) интересен производителю, так как при реализации возникает наибольший эффект.

78. Каковы виды конкурентных преимуществ

- 1) ценовая характеристика;
- 2) дифференциация;
- 3) концентрация внимания на интересах конкретных потребителей;
- 4) нахождение организацией путей увеличения сбыта своих существующих товаров на существующих рынках.

79. Ценность продукта можно увеличить:

- 1) изменить мнение о продукте для того, чтобы потребитель был готов заплатить более высокую цену за него, а не за подобный продукт, выпускаемый другими компаниями;
- 2) сократить производственные затраты до уровня ниже затрат конкурентов;
- 3) модифицировать продукт;
- 4) ценность продукта сама может увеличиться, если улучшить его характеристики.

80. В стратегии под рынком понимается:

- 1) группа фактических или потенциальных потребителей со сходными потребностями и запросами;
- 2) определение границ для формирования стратегии;
- 3) определение конкурентоспособности компании по результатам ее деятельности;
- 4) анализ информации об угрозах и возможностях.

81. SWOT – анализ – это:

- 1) системный анализ;
- 2) ситуационный анализ;
- 3) комплексный анализ;
- 4) процессный анализ.

82. Какие из перечисленных факторов определяют конкурентную силу поставщика организации:

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

83. Конкурентная среда организации определяется:

- 1) внутриотраслевыми конкурентами;
- 2) внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию;
- 3) фирмами, производящими замещающий продукт;
- 4) фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом.

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

- 1) уменьшает ценовую власть покупателей;
- 2) увеличивает ценовую власть покупателей;
- 3) не влияет на ценовую власть покупателей;
- 4) увеличивает инфляцию.

85. Наличие продуктов-заменителей:

- 1) уменьшает ценовую власть покупателей;
- 2) увеличивает ценовую власть покупателей;
- 3) не влияет на ценовую власть покупателей;
- 4) увеличивает ценовую власть производителя.

86. Стратегия низких издержек особенно успешна, если:

- 1) эластичность спроса по цене высока;
- 2) эластичность спроса по цене низка;
- 3) эластичность спроса по цене нулевая;
- 4) спрос не эластичен.

87. Стратегия дифференциации особенно успешна:

- 1) в условиях массового спроса;
- 2) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара;
- 3) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;
- 4) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу.

88. Справедливо ли утверждение: “Чем выше конкурентоспособность, тем больше прибыль”?

- 1) эти два понятия вообще никак не связаны;
- 2) нет;
- 3) да ;
- 4) да, если это совершенная конкурентоспособность;
- 5) да, если это балансовая прибыль.

89. Что не относится к стратегии установления цены на новое изделие?

- 1) установление цены, которая предотвратит наступление конкурентов;
- 2) установление цены, которая обеспечит "необычную" норму прибыли;
- 3) установление цены, которая как можно скорее сделает продукт популярным;
- 4) установление неизменной цены в течение долгого периода времени.

90. Когда возникает конкуренция?

- 1) когда на рынке появляется новый товар;
- 2) на одном и том же рынке продается много товаров;
- 3) когда ваш продукт сильно отличается от других;
- 4) когда вы становитесь монополистом;
- 5) когда на одном и том же рынке продается много товаров одного вида.

91. Какие стратегии относятся к установлению цены на новое изделие?

- 1) установить цену ниже, чем у конкурентов;
- 2) снизить популярность изделия;
- 3) установить цену, которая предотвратит наступление конкурентов;
- 4) установить демпинговую цену;
- 5) установить цену, которая обеспечит максимальную прибыль.

Разработка стратегии

92. Что означают признаки слабости в конкурентной позиции фирмы?

- 1) отсутствие реальных отличительных преимуществ;
- 2) важные отличительные преимущества;
- 3) индикаторы стратегической деятельности;
- 4) конкурентные факторы;
- 5) нахождение в нелидирующей стратегической группе.

93. Что обеспечивает стратегия?

- 1) снижение качества работы;
- 2) повышение издержек;
- 3) снижение производительности труда;
- 4) привлечение внимания к технологии производства;
- 5) концентрацию ресурсов организации на главных направлениях.

94. На какую стратегию направлен существующий продукт и рынок?

- 1) увеличение сбыта продукции;
- 2) адаптацию к созданию рынка;
- 3) исследование и разработка новых продуктов;
- 4) увеличение инноваций;

95. Что характеризует разницу между совокупным эффектом нескольких факторов и простой суммой частных эффектов отдельных факторов, действующих независимо?

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 1) экономический эффект; | 3) управленческий эффект; |
| 2) синергический эффект; | 4) социальный эффект. |

96. Для чего важен рост компании?

- 1) для сохранения ее позиции на рынке;
- 2) для снижения конкурентоспособности;
- 3) для снижения издержек;
- 4) для увеличения объема выпускаемой продукции;
- 5) для увеличения прибыли.

97. Что является основой программы с точки зрения стратегического менеджмента?

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 1) повышение качества продукции; | 3) увеличение организации; |
| 2) подготовка кадров; | 4) разработка новой задачи. |

98. Что относится к факторам разработки неудачного нового продукта?

- 1) недостаточность источников развития компании;
- 2) недостаточная изученность рынка;
- 3) слабая система сбыта;
- 4) низкий потенциал исследовательского подразделения.

100. Какие стратегические направления наиболее характерны для российских предприятий?

- 1) стратегия роста;
- 2) интеграция;
- 3) диверсификация;
- 4) сокращения;
- 5) комбинированная стратегия.

101. Чем ограничен плановый горизонт?

- 1) инфляцией;
- 2) закупками продукции;
- 3) экономическим положением;
- 4) темпами развития компании;

102. Назовите один из индикаторов стратегической деятельности фирмы:

- 1) технологический прогресс;
- 2) капитал;
- 3) балансовая прибыль;
- 4) показатель ликвидности;
- 5) рост объема продаж.

103. Какие стратегии может выбирать фирма, имеющая сильные конкурентные позиции, при медленном росте рынка?

- 1) совместное предприятие в новой области;
- 2) концентрическая диверсификация;
- 3) горизонтальная интеграция или слияние;
- 4) сокращение;
- 5) вертикальная интеграция;
- 6) конгломератная диверсификация.

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

- 1) концентрированного роста;
- 2) интегрированного роста;
- 3) диверсифицированного роста;
- 4) сокращения.

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

- 1) стратегия развития продукта;
- 2) стратегия обратной вертикальной интеграции;
- 3) стратегия «сбора урожая»;
- 4) стратегия конгломератной диверсификации;
- 5) стратегия сокращения расходов.

106. Стратегия, выражающаяся в росте фирмы за счет приобретения либо же усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, т.е. над системами распределения и продажи, называется стратегией:

- 1) усиления позиции на рынке;
- 2) интегрированной диверсификации;
- 3) вперед идущей вертикальной интеграции;
- 4) захвата рынка.

107. Процесс проникновения специализированных предприятий в различные сферы и отрасли деятельности с целью получения прибыли и обеспечения стабильных условий функционирования – это процесс:

- 1) концентрации производства;
- 2) специализации производства;
- 3) диверсификации производства;
- 4) интеграции производства.

108. Что входит в информацию о рынке?

1. Программы расширений и приобретений
2. Производственные мощности
3. Оценка качества и эффективности
4. Программа рекламы

109. Что входит в процесс выбора стратегии?

- 1) разработка, задачи, планирование;
- 2) разработка, доводка и оценка;
- 3) план, результаты;
- 4) разработка, резюме;
- 5) оценка и планирование.

110. Портфельная стратегия – это

- 1) стратегия, устанавливающая долгосрочные цели организации;
- 2) стратегия в функциональных областях деятельности;
- 3) стратегия, связанная с определением будущего организации;
- 4) стратегия комплектования важнейших зон хозяйствования.

111. Портфельная стратегия направлена на:

- 1) приобретения в новых отраслях;
- 2) укрепление имеющихся позиций по средствам приобретения;
- 3) постепенный выход из нежелательных областей;
- 4) использование преимуществ эффекта синергии.

112. Каково отличие портфельной стратегии от конкурентной:

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

113. Цели портфельной стратегии:

- 1) оптимально распределять ограниченные ресурсы;
- 2) определять сущность и направления деятельности организации;
- 3) добиться долгосрочных конкурентных преимуществ, которые обеспечат компании высокую рентабельность;
- 4) добиться сбалансированности портфеля подразделений, находящихся на различных стадиях жизненного цикла.

114. Содержание портфельной стратегии включает в себя:

- а) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации;

- б) использование технологий по принципу «двойного назначения»;
- в) расположение и масштабы будущих областей деятельности ;
- г) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы: материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.

115. В результате анализа с использованием матрицы БКГ возможны следующие стратегии:

- 1) развитие товара-«вопросительного знака» до уровня «звезды»;
- 2) осуществление инвестиций в рост «дойных коров»;
- 3) поддержание «собак»;
- 4) ликвидация подразделения или «сбор урожая».

116. Какие из перечисленных факторов наиболее существенны при оценке стратегии?

- а) достаточность ресурсов для реализации стратегии;
- б) учет внешних опасностей и возможностей;
- в) совместимость стратегий с возможностями организации, использование стратегии допустимого риска;
- г) все перечисленное.

117. Бенчмаркинг — это

- 1) сравнение своей продукции, бизнес-процессов с аналогами прямых конкурентов;
- 2) сравнение эффективности отдельных функций (например, логистики, управления персоналом) компаний одной отрасли, не обязательно прямых конкурентов;
- 3) анализ и восприятие передового опыта компаний, действующих в других отраслях;
- 4) сравнение эффективности работы разных подразделений одной организации и восприятие, внедрение лучших приемов работы, бизнес-процессов.

118. Бенчмаркинг можно использовать в работе:

- а) коммерческих организаций; в) общественных организаций;
- б) некоммерческих организаций; г) государственных организаций.

119. Стратегическая единица бизнеса - это:

- 1) штабной отдел, где разрабатываются стратегические планы;
- 2) подразделение компании, ориентированное на будущее;
- 3) подразделение компании, занимающееся достаточно четко установленным бизнесом со своими стратегическими целями и задачами;
- 4) все выше перечисленное.

120. Выход на новые рынки лучше всего осуществлять на стадии:

- 1) возникновения спроса; 3) падения спроса;
- 2) развития спроса; 4) на любой стадии жизненного цикла.

Реализация стратегии

121. Оценка эффективности реализации стратегии проводится по следующим уровням:

- 1) эффективность реализации отдельных стратегических программ;
- 2) эффективность работы персонала;
- 3) степень достижения поставленных стратегических целей;
- 4) степень соответствия поставленных стратегических целей интересам стейкхолдеров;
- 5) эффективность работы подразделений.

122. В стратегическом менеджменте при определении задач работнику важнее указать на:

- 1) желаемый результат, а не на его обязанности и сферу приложения усилий;
- 2) его обязанности и сферу приложения усилий, а не на желаемый результат;
- 3) желаемый результат и на его обязанности и сферу приложения усилий в комплексе.

123. Стратегические изменения определяются ...

- 1) реальной конкурентной позицией организации;
- 2) системой мотивации персонала организации и используемой технологией производства;
- 3) только внутренними особенностями данной конкретной организации;
- 4) характеристиками существующего и будущего стратегического состояния организации, динамичными изменениями внешней среды.

124. Показатели реализации стратегии и достижения стратегических целей на уровне корпорации включают:

- 1) рентабельность активов и продаж;
- 2) уровень издержек производства;
- 3) объем продаж;
- 4) прибыль на вложенный капитал.

125. Типы систем стратегического контроля

- 1) корпоративный;
- 2) бюрократический;
- 3) функциональный;
- 4) рыночный;
- 5) по выходу.

126. Основные функции стратегического контроллинга

- 1) планирование стратегии;
- 2) контроль процесса реализации общей стратегии;
- 3) координация всех этапов стратегического управления;
- 4) мониторинг системы стратегических индикаторов;
- 5) мотивация персонала на реализацию стратегии.

127. Подходы к управлению процессом реализации стратегических изменений:

- 1) авторитарный;
- 2) демократический;
- 3) мотивирующий;
- 4) подход посредством сотрудничества;
- 5) либеральный;
- 6) чемпионский.

128. Назовите области стратегических изменений при реализации стратегии

- 1) персонал;
- 2) имидж организации;
- 3) структура организации;
- 4) культура;
- 5) стиль управления;
- 6) системы;
- 7) внешняя среда;
- 8) опыт работы.

129. Назовите основные функции управления реализацией стратегии:

- 1) разработка стратегической программы или плана;
- 2) стратегический контроль;
- 3) разработка базовой стратегии;
- 4) мотивация персонала на осуществление стратегии;
- 5) анализ стратегий.

130. Система специфического внутрифирменного образования (корпоративные университеты) – это ...

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

131. При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее ...

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

132. Два основных процесса реализации стратегии:

- 1) проведение стратегических изменений в организации;
- 2) выполнение основных функций управления реализацией стратегии;
- 3) оперативное управление реализацией стратегии;
- 4) стратегическое управление реализацией стратегического плана;
- 5) управление персоналом.

133. Основные элементы организационной культуры

- 1) ценности, социальные установки;
- 2) уровни иерархии;
- 3) нравственные принципы и деловая этика;
- 4) методы управления персоналом;
- 5) методы мотивации работников;
- 6) система коммуникации;
- 7) стиль руководства.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Общая характеристика стратегического менеджмента.
2. Школы стратегического менеджмента.
3. Модель и методология стратегического менеджмента
4. Внешняя среда стратегических изменений. Анализ факторов внешней среды.
5. Менеджмент в условиях неопределенности внешней среды
6. Принятие решений в стратегическом управлении
7. Стратегическая установка - миссия организации.
8. Ключевые цели и задачи организации.
9. Природа стратегических решений.
10. Уровни стратегического управления.
11. Слагаемые стратегического управления.
12. Стратегическое изменение
13. Конкурентное окружение организации и прогнозирование его изменений
14. Структурный анализ конкурентного окружения организации.
15. Общие конкурентные стратегии
16. Компоненты внутреннего анализа ресурсов организации.
17. Стратегическая значимость ключевых элементов организации.
18. Этапы процесса оценки преимуществ и недостатков.
19. Анализ цепочки создания ценности.
20. Использование ресурсов.
21. Оценка наличия внутренних ресурсов
22. Анализ ресурсов организации
23. Группы влияния, или стейкхолдеры.
24. Стратегии роста. Стратегии внутреннего роста.
25. Стратегии роста. Стратегии внешнего роста.
26. Стратегии международного развития корпораций
27. Антикризисные стратегии корпорации
28. Корпоративные стратегии: слияния и приобретения
29. Корпоративные стратегии: разделения
30. Оценка стратегий и их осуществимости. Критерии оценки.
31. Оценка стратегической логики вариантов.
32. Преодоление сопротивления изменениям.
33. Стратегии осуществления изменений.
34. Функциональные стратегии: стратегии маркетинга.
35. Функциональные стратегии: финансовая стратегия.
36. Функциональные стратегии: инновационная стратегия.
37. Функциональные стратегии: стратегия производства.
38. Функциональные стратегии: социальная стратегия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. - Москва: ИНФРА-М., 2006. - 235 с.
2. Волкогонова, О. Д. Стратегический менеджмент: учеб. пособие по специальности "Экономика и упр." / О. Д. Волкогонова, А. Т. Зуб. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. - 254 с.
3. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент: учебник для вузов по специальности "Менеджмент орг." / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. - Москва: Экономика, 2005. - 413 с.: ил.
4. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: учеб. пособие для вузов / А. Т. Зуб. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2004. - 415 с.
5. Стратегический менеджмент: учебник по специальности "Менеджмент организации" / под ред. А. Н. Петрова. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2007. - 495 с.: ил.
6. Акмаева, Р. И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент: учеб. пособие / Р. И. Акмаева. - Москва: Финансы и статистика, 2007. - 206 с.: ил.
7. Виханский, О. С. Стратегическое управление: учебник по специальности "Менеджмент" / О. С. Виханский. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва: Экономика, 2008. - 292 с.: ил.
8. Круглова, Н. Ю. Стратегический менеджмент: учебник для вузов по специальности "Антикризис. упр." / Н. Ю. Круглова, М. И. Круглов. - Москва: РДЛ, 2003. - 462 с.
9. Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для вузов / Ю. Н. Лапыгин. - Москва: ИНФРА-М, 2009. - 234 с.
10. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: курс лекций: учеб. пособие для вузов / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. - Москва: ИНФРА-М; Новосибирск: Сиб. соглашение, 2008. - 287 с.
11. Панов, А. И. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для вузов / А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити, 2006. - 303 с.
12. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент: учебник для вузов по специальности "Менеджмент" / Р. А. Фатхутдинов. - 7-е изд., испр. и доп. - Москва: Дело, 2005. - 445 с.

Содержание

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ	4
Менеджмент.....	4
Введение в стратегический менеджмент	7
Методология стратегического менеджмента	9
Модель стратегического менеджмента.....	12
Анализ конкурентоспособности	15
Разработка стратегии	18
Реализация стратегии.....	22
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ	24
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	25

Подписано в печать 23.12.2014. Усл. печ. л. . Тираж экз.
Печать офсетная. Бумага офисная. Заказ № _____

Отпечатано: РИО ВоГУ, г. Вологда, ул. С. Орлова, 6