

«Дальневосточный филиал
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации»

Экономический факультет

Кафедра «Экономика и управление»

Кулакова Л.И.

ТЕСТЫ И ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ
по дисциплине
«СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
АНАЛИЗ»

для студентов, обучающихся по направлению
38.04.02. Менеджмент
уровень магистратуры

Учебное пособие

Петропавловск-Камчатский
2023 г.

УДК 331.1(075.8)
ББК 65.050.2я73
К 90

Кулакова Л.И. Тесты и тестовые задания по дисциплине «Современный стратегический анализ»: учебное пособие – Петропавловск - Камчатский: Изд-во «Дальневосточный филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации», 2020. -41 с.

Тесты по дисциплине Современный стратегический анализ»: составлен

в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.04.02. «Менеджмент» канд. экон. наук, доцентом, заведующей кафедрой «Экономика и управление» Кулаковой Людмилой Ивановной. Предназначен для студентов всех форм обучения и направлений подготовки

Учебное пособие обсуждено и одобрено на заседании кафедры «Экономика и управление»

«29» сентября 2023 г.

Протокол № 2

Зав. Кафедрой «Экономика и управление»

 Л.И. Кулакова

канд. экон. наук, доцент

Утвержден Научно-методическим Советом «ДФФ ВАВТ Минэкономразвития России

«27» октября 2023 г.

Протокол № 2

Председатель НМС

 Н.Г. Семикова

©Кулакова Л.И., 2023

©Дальневосточный филиал

Всероссийской академии внешней торговли, 2023

ВВЕДЕНИЕ

Содержание дисциплины **«Современный стратегический анализ»** охватывает круг вопросов, обеспечивающих получение знаний в области современного стратегического анализа, а именно стратегический анализ в системе менеджмента; стратегический анализ внешней и внутренней среды организации; разработка стратегического видения, определение миссии и целей организации, выявление стратегических целевых приоритетов; разработка стратегического плана организации; эффективность стратегического анализа; особенности и практика использования стратегического анализа на примерах предприятий и организаций.

Целью изучения дисциплины является развитие знаний, навыков и умений магистрантов в сфере анализа внешней среды, эффективности действующей в организации стратегии, определения сильных и слабых сторон, ресурсного потенциала организации, выявления ее компетенций и возможностей, создания базы для

определения миссии и целей организации, выработки стратегии ее поведения и достижения оптимального взаимодействия с внешней средой;

формирование у обучающихся комплексного стратегического мировоззрения, получение ими прикладных знаний в области методов стратегического анализа деятельности современных компаний, представления об основных моделях, объясняющих формирование структуры рынка, о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние, познакомить с методами и результатами эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков

Задачи

- знакомство обучающихся с основными положениями стратегического анализа;
- обучение обучающихся приемам и методам стратегического анализа;
- ознакомление обучающихся с методами сбора и оценки информации для анализа;

- подготовка к работе в условиях реального управления функциональным направлением в крупной компании или управлением предприятия малого бизнеса.
- развитие навыков применения микроэкономического анализа для объяснения формирования и оценки эффективности различных структур рынка, а также знакомство магистрантов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований экономики отраслей.

ТЕСТЫ

Тест №1

1. Стратегический анализ предприятия – это:

1. процесс изучения и оценки внешнего окружения организации и ее ресурсного потенциала с целью определения текущей конкурентной позиции организации на рынке и выявления условий и возможностей ее дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования;

2. процесс изучения внешнего окружения организации для определения текущей конкурентной позиции организации на рынке и выявления условий и возможностей ее дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования;

3. процесс изучения и оценки ресурсного потенциала и возможностей организации во внешней среде с целью определения текущей конкурентной позиции организации на рынке для ее дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования;

2. В процессе стратегического анализа должны быть решены следующие задачи:

1. обоснование оперативных и стратегических планов посредством изучения состояния факторов внешней среды предприятия;
2. по результатам проведенного анализа должны быть сформированы аналитические отчеты, на основании которых будут приниматься управленческие решения;
3. данные, содержащиеся в аналитических отчетах, должны содержать описательные характеристики проведенного исследования;
4. периодически проводимый стратегический анализ должен способствовать усилению контроля над выполнением стратегических планов предприятия.

3. В качестве объекта стратегического анализа предприятия может выступать:

1. предприятие как целостный хозяйственный комплекс;
2. отдельные подразделения предприятия;
3. Государство;
4. Коммерческие организации;
5. отдельные виды продукции.

4. Предметом стратегического анализа является:

1. только внешняя среда организации;
2. внутренняя среда организации;
3. внешняя и внутренняя среды организации

5. Какие методы анализа используются для анализа внутренней среды организации?

1. SWOT-анализ;
2. Анализ цепочки ценностей;
3. Модель 5-ти сил Портера;
4. Бенчмаркинг;
5. SNW-анализ.

6. Принцип, позволяющий исключить из рассмотрения факторы внутренней среды предприятия, не оказывающие влияния на его взаимоотношения с внешней средой

1. «Бритва Якобка»;
2. «Бритва Оттава»;
3. «Бритва Оккама»;
4. «Бритва Джилетт»;

7. Основные виды деятельности в цепочке ценностей:

1. материально-техническое обеспечение;
2. продажи;

3. закупки;
4. управление людскими ресурсами;
5. производство;
6. коммуникации;
7. анализ конкурентоспособности.

8. *Маркетинговая стратегическая матрица – это:*

1. методический инструмент ситуационного анализа для оценки стратегического положения компании на основе учета взаимовлияния внешних и внутренних факторов;
2. модель выбора фирмой определенной стратегии в зависимости от конкретной рыночной конъюнктуры и собственных возможностей или других факторов;
3. метод исследования экономики и производства, в основе которого лежит анализ воздействия разнообразных факторов на результаты экономической деятельности, ее эффективность;
4. метод, позволяющий строить модели, учитывающие время выполнения функций. Полученную модель можно «проиграть» во времени и получить статистику происходящих процессов.

9. *Модель «Доля рынка – рост рынка» - это:*

1. матрица БКГ;
2. матрица Ансоффа;
3. матрица АДЛ;
4. матрица Мак-Кинзи и GE.

10. Позиция «Звезды» в стратегической матрице типа БКГ соответствует сочетанию:

1. неблагоприятной рыночной ситуации и высокого потенциала фирмы;
2. благоприятной ситуации на рынке и низкого потенциала фирмы;
3. благоприятной рыночной ситуации и высокого потенциала фирмы; старый товар на новом рынке.

11. Оптимальные варианты конкурентных стратегий на динамичных рынках:

1. реагирование на изменения;
2. прогнозирование изменений;
3. сужение номенклатуры производимой продукции, чтобы максимально использовать эффект масштаба;
4. управление изменениями рынка;
5. наступательная стратегия для захвата лидерства в отрасли;

6. поиска рыночных ниш или сегментов сохранившегося спроса.

12. Стратегии для компаний в отраслях на этапе на этапе застоя или спада – это ...

1. сфокусированная стратегия для завоевания самых перспективных сегментов отрасли;
2. стратегия «снятия сливок»;
3. отчетливая дифференциация товара за счет улучшения его качества и обновления;
4. расширение рынка для получения более высокой прибыли;
5. стратегия снижения издержек, завоевание отраслевого лидерства по издержкам;
6. стратегия «сбора урожая» (управляемого сокращения инвестиций с целью максимизации потока доходов.

13. Самой «не привлекательной», является отрасль, которая....

1. приближается к «совершенной конкуренции».
2. приближается к «монополистической конкуренции»;
3. приближается к монополии..

14. Какие методы используют для оценки конкурентоспособности компании?

1. оценка с позиции теории равновесия;
2. оценка на базе качества продукции;
3. профиль требований;
4. профиль потребителя
5. SWOT-анализ;
6. Бенчмаркинг.

15. Фирмы, которые используют такую стратегию конкурентной борьбы, при которой ключевым фактором успеха выступают инновации, называются....

1. Фирмы-виоленты;
2. Фирмы – эксплеренты;
3. Фирмы-пациенты;
4. Фирмы-коммутанты

Тест №2

1. *Что из перечисленного ниже может являться объектом стратегического выбора?*

- конкретные стратегии и средства их реализации;
- рынки и способы рыночной борьбы;

- виды производимых товаров и услуг;
- пути достижения конкурентных преимуществ;
- конкурентная рыночная позиция;
- направления инвестирования и источники необходимых средств;
- пути эффективного использования ключевых ресурсов;

2. *Какие факторы из перечисленных ниже, влияют на привлекательность отрасли?*

1. Структура отрасли
2. Инфраструктура.
3. Финансовые организации.
4. Рынок рабочей силы.
5. Транспортные организации.
6. Консультационные фирмы.
7. Страховые компании.
8. Цикл жизни отрасли

3. *Укажите правильные элементы организационного анализа внутренней среды*

1. распределение прав и ответственности;
2. взаимодействие менеджеров и рабочих;
3. коммуникационные процессы;

- 4.наем, обучение и продвижение кадров;
- 5.нормы, правила, процедуры;
- 6.оценка результатов труда и стимулирование;
- 7.создание и поддержание отношений между работниками и т.п.
8. организационные структуры;
9. иерархия подчинения.

4.Проранжируйте этапы формирования подходов к управлению

- 1.Управление на основе гибких экстренных решений
- 2.Управление на основе контроля над исполнением
- 3.Управление на основе экстраполяции

5.Какие проблемы наиболее актуальны для организации при выборе стратегий и направлений развития?

- 1.Проблемы, прямо связанные с главными целями организации
- 2.Проблемы и решения, связанные с каким-либо элементом организации
- 3.Проблемы, связанные с неконтролируемыми внешними факторами

6. Что из перечисленного ниже относится к экономическим характеристикам отрасли?

1. скорость роста рынка и стадия жизненного цикла отрасли;
2. валовой внутренний продукт,
3. инфляция, процентная ставка,
4. требования к привлеченному капиталу;
5. число соперников и их относительные размеры, степень концентрации;
6. валютный курс,
7. кредитная политика местных властей
8. соглашениями по тарифам и торговле между странами
9. число покупателей и их относительные размеры;
дефицит бюджета,
10. уровень безработицы,
11. ставки налогообложения,
12. превалирование вперед (назад) идущей интеграции;
13. легкость входа и выхода;
14. удельный вес иностранного капитала в отрасли

7. Для чего нужна оценка эффективности действующей стратегии

1. Выяснить место компании среди конкурентов

2. Проанализировать структуру каналов распределения,
3. Определить границы конкуренции компании
4. Определить географические размеры рынков
5. Выявить различия географических рынков,
6. Уточнить группы потребителей, на которые она ориентируется.

8. Укажите правильные критерии выбора стратегической альтернативы:

1. Сбалансированность по SWOT-матрице.
2. Наличие необходимых стратегических ресурсов.
3. Гарантия получения необходимого дохода.
4. Допустимый уровень риска.
5. Удовлетворение общественных потребностей.
6. Обеспечение прочного конкурентного статуса и пр.

9. Какая из стратегий конкуренции привлекает покупателей за счет максимального отличия продукции компании от аналогичной продукции конкурентов

1. стратегия лидерства по издержкам
2. стратегия широкой дифференциации
3. стратегия оптимальных издержек

4.сфокусированная стратегия на базе низких издержек

5.сфокусированная стратегия на базе дифференциации
продукции

13. *Какая модель оказывается приспособленной как для анализа динамики бизнеса, так и для анализа финансового баланса всего делового портфеля организации?*

1.модель GE/McKinsey;

3.модель BCG;

4.модель ADL/LC; D.

5. модель Shell/DPM.

14. *К какой категории можно отнести компании, действующие лишь на некоторых этапах производства в своей отрасли:*

1.Специализированные компании

2.Полностью интегрированные

3.Частично интегрированные

15. *Какому типу диверсификации соответствует политика проникновения в смежные отрасли и дополнением существующего производственного потенциала:*

1.Горизонтальная

2.Вертикальная

3.Конгломератная

16. *Скупка акций непрофильных предприятий с целью снижения финансового риска – является главной целью:*

1.Стратегии связанной диверсификации

2.Стратегии несвязанной диверсификации

3.Стратегии изменения курса

4.Стратегии реструктуризации портфеля

17. *Какая из перечисленных стратегий заключается в ориентации компании на более узкий сегмент покупателей и вытеснении конкурентов за счет более низких издержек:*

1.Стратегия лидерства по издержкам

2.Стратегия оптимальных издержек

3.Сфокусированная (нишевая) стратегия на базе низких издержек

4. Сфокусированная (нишевая) стратегия на базе дифференциации продукции

Тест №3

1.*Какое место занимает планирование в управлении бизнесом?*

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

2. Необязательное, многие вполне могут обойтись и
без него

3.. Грамотное планирование – 30% успеха
предприятия

4. Грамотное планирование- 50% успеха
предприятия

*2.Что является первоначальным пунктом при
планировании дел?*

1. Отбросить все неважные дела и заняться только
важными

2. Составить полный список дел, которые нужно
решить

3. Распределить дела по степени важности

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

*3.Что предпринимателю важно помнить при
составлении плана?*

1. Необходимо быть оптимистом во всем

2. Необходимо составлять план учитывая долгосрочные перспективы

3. Необходимо пессимистично оценивать ситуацию, чтобы найти лучший выход

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

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

1. Инфляцию

2. Кредиторскую задолженность

3. Стратегию развития бизнеса

4. Тактику развития бизнеса

5. Арендную плату

6. Количество рабочей силы

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

1. Четко поставленная цель

2. Финансовые возможности

3. Сильное желание добиться чего-либо

4. Отсутствие преград

6.С чего обязательно начинать реализацию поставленной цели?

1. С устранения препятствий, мешающих этому
2. С определения расстояния, отделяющего вас от цели – С создания финансовой базы
3. С отменой всех остальных дел и всецелого поглощения только этой задачи

7.Что в первую очередь необходимо чувствовать и ощущать при продельвании шагов к намеченной цели?

1. Что шагов стало меньше
2. Саму цель еще более четко, что вызовет большую мотивацию
3. Финансовое равновесие
4. Что поставленная цель не мешает другим делам

8.Какая основная роль бизнес- плана для предприятия?

– Это теоретическая формальность, без которой вполне можно обойтись

1. В нем будет храниться вся информация о предприятии

2. Если предприятие большое, то у него должен быть бизнес- план

3. Это своего рода карта по развитию бизнеса

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

1. Общение со знающими людьми

2. Посещение аналогичной фирмы в качестве простого клиента

3. Чтение литературы

4. Купить готовый бизнес – план

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

1. Кто мои конкуренты?

2. Какую прибыль обеспечит мое предприятие?

3. Как будет необходимо возвращать кредит?

4. Кто мои клиенты и где они располагаются?

5. Что уникального в моей продукции?

6. Почему реклама конкурентов лучше?

11. *На какие три основных вопроса по сути отвечает бизнес- планирование? (отметьте несколько правильных ответов)*

1. Где мы находимся в настоящее время?
2. Куда мы хотим двигаться?
3. Каковы наши финансовые дела?
4. Как мы собираемся достичь желаемого?
5. Какова вероятность «прогореть»?
6. Сколько времени нам потребуется на реализацию наших планов?

12. *Каковы основные компоненты стратегического плана? (отметьте несколько правильных ответов)*

1. Миссия
2. Начальный капитал
3. Стратегия
4. Подбор рабочей силы
5. Цели

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

1. Цели организации
2. Стратегия организации
3. Миссия организации
4. Бизнес-план организации

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

1. Предпочтения потребителей
2. Задачи фирмы с учетом ее базовых услуг или товаров, основных рынков и технологий
3. Культура организации
4. Персонал
5. Внешнюю среда, определяющую философию деятельности

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

1. Получение прибыли
2. Создание капитала
3. Создание потребителя
4. Получение экономических выгод

16. *Что из себя представляет стратегия организации?*

1. Расширенное описание миссии организации
2. Бизнес-план

3. План реализации мечты предпринимателя

4. Конкретный долгосрочный план достижения некоторой цели

17. Как должны формулироваться цели организации?

1. оптимистично

2. с учетом потенциально-возможных вариантов

3. конкретно, в измеряемых количественно показателях

4. конкретно, в измеряемых качественно показателях

5. в абстрактных и приблизительных показателях

18. Какие цели формулируются в первую очередь?

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

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

3. долгосрочные, как ориентир для других уровней

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

1. да, так как это мощный мотиватор к деятельности

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

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

4.нет, она отражается только на руководстве организации

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

1. только те, что прописаны в бизнес-плане

2.все виды деятельности, являющиеся важными для организации

3. только те, которые напрямую ведут к реализации миссии

4.все, которые назначит главный бухгалтер

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

1.достижимость

2. быстроедействие

3.конкретность

4.ориентация на время

5.показательность

6.финансовая независимость

22.Когда отпадает необходимость в стратегии?

1.как только будет написан бизнес-план

2.как только она полностью реализована

3.как только предприятие открылось

4.как только реальный ход развития выведет организацию на желательные события

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

1.утверждений, что конкурентов нет

2.краткости и внесения всего дополнительного в приложение

3.размытых финансовых отчетов

4. скрупулезно выверенных финансовых отчетов

5.ошибок в выборе времени

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

1.четко сформулированную миссию

2.грамотно составленный бизнес-план

3.четкую стратегию

4.детализованные и приоритетно расписанные цели

Тестовые задания

1. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Характеристикой нестабильности среды организации (по И. Ансоффу), НЕ является

- 1) привычность событий
- 2) темп изменений внешней среды
- 3) предсказуемость будущего
- 4) отраслевая специфика

2. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

К внутренней среде организации НЕ относятся ...

- 1) финансы организации
- 2) стейкхолдеры организации
- 3) основные производственные фонды организации
- 4) сотрудники организации

3. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Примером сильной стороны организации НЕ является ...

- 1) высокая квалификация сотрудников
- 2) преимущества в области издержек
- 3) орошая репутация у покупателей

4) ускорение роста рынка

4. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Примером возможности организации НЕ является ...

1) возможность получения экономии от роста объема производства

2) ускорение роста рынка

3) возможность выхода на новые рынки или сегменты рынка

4) самодовольство среди конкурирующих фирм

5. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Примером слабой стороны организации НЕ является ...

1) рост продаж замещающего продукта

2) отсутствие некоторых типов ключевой квалификации и компетентности

3) неспособность финансировать необходимые изменения в стратегии

4) конкурентные недостатки

6. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Примером угрозы организации НЕ является ...

1) рост продаж замещающего продукта

- 2) конкурентные недостатки организации
- 3) возможность появления новых конкурентов
- 4) возрастание силы торга у покупателей и поставщиков

7. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Метод составления ... позволяет оценить относительную значимость для организации отдельных факторов среды.

- 1) SWOT-матрицы
- 2) матрицы возможностей
- 3) матрицы угроз
- 4) профиля среды

8. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Не имеет, как правило, специфического характера относительно отдельно взятой организации, создает общие условия функционирования и развития организации ...

- 1) микроокружение организации
- 2) макроокружение организации
- 3) "рабочая" среда организации
- 4) среда прямого воздействия

9. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

К среде косвенного воздействия организации НЕ относится

...

- 1) экономическая компонента
- 2) правовая компонента
- 3) кадровая компонента
- 4) технологическая компонента

10. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

К среде прямого воздействия организации НЕ относится ...

- 1) рынок рабочей силы
- 2) конкуренты
- 3) органы государственной власти и органы местного самоуправления
- 4) технологическая компонента

11. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Матрица ... может быть применена для определения мощности предприятия.

- 1) И. Ансоффа
- 2) М. Портера
- 3) BCG
- 4) С.Н. Hofer / D.E. Schendel

12. *Задание. Выберите правильный вариант ответа.*

Матрица ... может быть применена для определения производственной программы организации.

- 1) Ansoff
- 2) M. Porter
- 3) С.Н. Hofer / D.E. Schendel
- 4) BCG

13. *Задание. Напишите название стратегии, наиболее эффективной для приведенных условий развития организации:*

1) существующие рынки не насыщены продукцией компании;

2) норма потребления продукции компании у традиционных потребителей может вскоре существенно возрасти;

3) доля на рынке главных конкурентов компании снижалась в то время как общая промышленная реализация аналогичной продукции возрастала;

4) увеличение масштабов производства обеспечивает основные стратегические преимущества.

14. *Задание. Напишите название стратегии, наиболее эффективной для приведенных условий развития организации:*

1) компания выпускает достаточно успешные продукты, находящиеся в стадии зрелости жизненного цикла продукта; идея заключается в том, чтобы привлечь внимание вполне удовлетворенных потребителей попробовать новый (улучшенный) продукт компании;

2) компания конкурирует в отрасли промышленности, характеризующейся быстрыми технологическими изменениями;

3) основные конкуренты компании предлагают продукцию лучшего качества по сравнимой цене;

4) компания конкурирует в отрасли, развивающейся высокими темпами; компания отличается своими научно-исследовательскими и проектными возможностями.

15. *Задание. Напишите название стратегии, наиболее эффективной для приведенных условий развития организации:*

1) национальная компания объединяется с иностранной;

2) две или более компании, специализирующиеся в разных областях, объединяются, чтобы дополнять друг друга;

3) какой-либо проект является потенциально очень выгодным, но в данное время требует избыточных ресурсов и риска;

4) несколько малых компаний имеют много неприятностей от конкуренции с большой компанией;

5) существует потребность быстрого ввода новой технологии.

16. Задание. Напишите название стратегии организации, содержание которой заключается в приобретении в собственность или получении сильного контроля за работой дистрибьюторов и продавцов. _____

17. Задание. Напишите название стратегии организации, содержание которой заключается в стремлении увеличить объем реализации через улучшение или модификацию своей продукции приведено ниже. _____

18. Задание. Выберите правильный вариант ответа.

Переменными величинами в матрице С.Н. Хофер / D.E. Schendel являются ...

- 1) темп роста рынка
- 2) относительная доля фирмы на рынке
- 3) конкурентоспособность бизнеса
- 4) стадии эволюции рынка

19. Задание. Выберите правильный вариант ответа.

Переменными величинами в матрице BCG являются ...

- 1) темп роста рынка
- 2) относительная доля фирмы на рынке
- 3) конкурентоспособность бизнеса
- 4) привлекательность рынка

20. Задание. Выберите правильный вариант ответа.

Переменными величинами в матрице GE / McKinsey являются ...

- 1) темп роста рынка
- 2) конкурентоспособность бизнеса
- 3) привлекательность рынка
- 4) относительное преимущество на рынке

(конкурентная позиция)

21. Задание. Выберите правильный вариант ответа.

Переменными величинами в матрице Shell / DPM являются

...

- 1) относительная доля фирмы на рынке
- 2) конкурентоспособность бизнеса
- 3) привлекательность рынка
- 4) перспективы отрасли бизнеса

22. Задание. Выберите правильный вариант ответа.

Модель (матрица) ... не предусматривает комплексной оценки состояния и влияния на развитие организации и ее бизнесов (продуктов) многочисленных факторов внешней и внутренней среды организации.

- 1) BCG
- 2) GE / McKinsey
- 3) Shell / DPM
- 4) С.Н. Hofer / D.E. Schendel
- 5) ADL / LC
- 6) относительная конкурентная позиция вида бизнеса в рамках отрасли

23. Задание. Выберите правильный вариант ответа.

Переменными величинами в матрице ADL / LC являются ...

- 1) относительная доля фирмы на рынке
- 2) конкурентоспособность бизнеса
- 3) привлекательность рынка

- 4) относительное положение вида бизнеса на рынке
- 5) стадия жизненного цикла продукта

Библиографический список

1. Агафонов Владимир Анатольевич Стратегический менеджмент. Модели и процедуры : монография / В.А. Агафонов. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 276 с. — (Научная мысль). —5005. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/975795>
2. Анущенко К.А. Финансово-экономический анализ : учебно-практическое пособие / К. А. Анущенко, В. Ю. Анущенко. - Москва : Дашков и К', 2012. - 403с.
3. Баканов М.И. Теория экономического анализа : учебник* / М. И. Баканов, М. В. Мельник, А. Д. Шеремет ; ред. М. И. Баканов. - М. : Финансы и статистика, 2012. - 535с.
4. Басовский, Л. Е. Современный стратегический анализ : учебник / Л. Е. Басовский. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 256 с. - (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-005655-5. -Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002356>

5. Панов, А.И. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для обучающихся вузов, обучающихся по направлению (080100) «Экономика и управление» / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 303 с. - ISBN 978-5-238-01052-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028938>
6. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для обучающихся вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100 / Б.Т. Кузнецов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 623 с. - ISBN 978-5-238-01209-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028939>
7. Родионова, В. Н. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В. Н. Родионова. — 3-е изд., испр. и перераб. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 106 с. — (ВО: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01643-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1052210>

8. Стратегический менеджмент : учебник / Н. А. Казакова, А. В. Александрова, С. А. Курашова, Н. Н. Кондрашева ; под ред. проф. Н. А. Казаковой. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 320 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005028-7. - Текст : электронный. - URL:
9. Фомичев Андрей Николаевич Стратегический менеджмент: Учебник для вузов / Фомичев А.Н. - М.:Дашков и К, 2020. - 466 с.: - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1093665>

Кулакова Людмила Ивановна

**ТЕСТЫ и ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ
по дисциплине
«СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
АНАЛИЗ»**

для студентов, обучающихся по направлению
38.04.02. Менеджмент
уровень магистратуры

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Компьютерная верстка Учебно-методическое пособие одобрено на
заседании кафедры «Экономика и управление».
Протокол № 2 от «29» сентября 2023 г.

Подписано в печать 10.11.2023 г., формат 60x84 1/16
Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс»
Усл. печ. л. 0,62. тираж 100 экз. Заказ № 261

тел./факс (8-415-2) 42-34-69

E-mail: rektordvf@mail.ru сайт www.dvf-vavt.ru
