Тест

1. Стратегический анализ охватывает следующие организационные уровни:

А) высший уровень организационной иерархии;

Б) менеджеры среднего звена;

Г) команда единомышленников.

2. Стратегический анализ и контроль заключается:

А) в сравнении полученных показателей с планируемыми;

Б) в наблюдении за процессом стратегического управления и его оценки для обеспечения правильного функционирования;

В) в определении результатов стратегического планирования

3. Для анализа макроокружения организации используется:

А) SWOT – анализ;

Б) PEST - анализ;

В) PIMS – анализ.

4. Укажите группы методов, используемых при анализе стратегической ситуации:

А) матричные методы;

Б) причинно-следственный анализ;

В) методы сегментирования;

Г) методы ранжирования

5. Модель пяти сил М. Портера направлена на разработку стратегии компании, которая бы позволила6

А) изолировать компанию от пяти сил;

Б) повлиять на конкуренцию в выгодном для компании направлении;

В) обеспечить сильную позицию в конкурентной борьбе

6. Анализ конкурентоспособности компании может проводиться по следующими направлениям:

А) перспективы роста спроса на продукцию;

Б) перспективы рентабельности отрасли;

В) конкурентное положение компании;

Г) все ответы верны

7. Порогрентабельность продаж определяется как:

А) сумма постоянных и переменных затрат;

Б) произведением постоянных и переменных затрат;

В) отношение постоянных затрат и маржинального дохода на единицу продукции;

Г) отношение маржинального дохода к прибыли от продаж

8. Выберите пути минимизации риска в условиях неопределенности:

А) распределение риска между участниками проекта;

Б) увеличение доли резервных отчислений на непредвиденные обстоятельства;

В) страхование возможных потерь;

Г) все ответы верны

9. Информационное обеспечение управления узкими местами в производственных и коммерческих направлениях деятельности компании производится при использовании;

А) системы стратегического контролинга;

Б) системы стратегического планирования;

В) системы учета и анализа затрат по стадиям жизненного цикла продукции, стадиям процесса создания потребительской стоимости;

Г) методики анализа потенциала.

10. При каком подходе к реализации стратегии топ-менеджер собирает группу менеджеров для проведения мозгового штурма с целью сформулировать и реализовать стратегию?

А) координационном;

Б) культурном;

В) кресцивном

11. Анализ выбранной стратегии заключается:

А) в выборе стратегических альтернатив;

Б) в определении этапа реализации стратегии;

В) в анализе правильности выбора основных факторов, определяющих возможность определения стратегии.