

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.09.2026 14:17:22
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ
ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Высшей школы
экономики и управления

Протокол от 04.06.2025 № 11

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

«Стратегическое планирование на предприятии»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата

«Экономика и управление на предприятии»

наименование образовательной программы

38.03.01 «Экономика»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Наумова О.Н., д.э.н, доцент, профессор ВШ
экономики и управления

Тольятти
2025

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК-2	Способен осуществлять организационно-управленческую деятельность предприятий и организаций, направленную на повышение эффективности и рентабельности производства	ИПК-2.2. Демонстрирует знания о содержании основных этапов работы по организации планирования и аналитической деятельности предприятия ИПК-2.3. Объясняет взаимосвязь структурных подразделений и отдельных специалистов при осуществлении планирования и аналитической деятельности предприятия
ПК-4	Способен разрабатывать и обосновывать разделы планов (бизнес-планов) и осуществлять контроль за выполнением плановых заданий	ИПК-4.1. Подготавливает исходные данные разработки разделов планов (бизнес-планов) предприятия, в том числе стратегических ИПК-4.2. Участвует в разработке и обосновании текущих и перспективных планов ИПК-4.3. Осуществляет контроль за ходом выполнения плановых заданий

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- сущность и содержание различных подходов стратегического планирования, подходы к формированию и разработке стратегического плана предприятия;
- основные этапы процесса стратегического планирования, их содержание и практику расчета основных экономических показателей, характеризующих объекты стратегического планирования;
- методы анализа внешней и внутренней среды предприятия, инструменты выработки стратегии;
- основные составляющие процесса выработки стратегии предприятия на краткосрочную и долгосрочную перспективу;
- порядок разработки перспективных и годовых планов производственной, хозяйственной и социальной деятельности организации;
- порядок разработки перспективных и годовых планов хозяйственно-финансовой и производственной деятельности организации

Уметь:

- классифицировать виды стратегического планирования по различным признакам;
- применять аналитические методы и стратегические инструменты в процессе выработки стратегии предприятия на краткосрочную и долгосрочную перспективу;
- систематизировать и обобщать информацию, готовить справки и обзоры по вопросам профессиональной деятельности;
- проводить расчеты основных экономических показателей и оценивать полученные результаты с последующей выработкой стратегических решений;
- выявлять и анализировать проблемы при анализе конкретных ситуаций в процессе формирования и разработки стратегического плана предприятия, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;

- оценивать уровень риска в стратегическом планировании

Владеть:

- навыками применения инструментов стратегического планирования в процессе выработки стратегии предприятия на краткосрочную и долгосрочную перспективу;
- навыками проведения анализа и оценки внешнего и внутреннего окружения предприятия;
- навыками разработки стратегии организации с целью адаптации ее хозяйственной деятельности и системы управления к изменяющимся в условиях рынка внешним и внутренним экономическим условиям, подготовка и согласование разделов тактических комплексных планов производственной, финансовой и коммерческой деятельности организации и ее структурных подразделений (отделов, цехов)

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	Тема 1. Введение в стратегическое планирование	ПК-2
2	Тема 2. Методологические аспекты стратегического планирования на предприятии	ПК-4
3.	Тема 3. Миссия и стратегические цели предприятия	ПК-2 ПК-4
4	Тема 4. Стратегический анализ среды предприятия	ПК-4
5.	Тема 5. Корпоративные стратегии и их характеристика	ПК-2
6.	Тема 6. Конкурентные стратегии и их характеристика	ПК-2
7.	Тема 7. Технология разработки стратегии	ПК-4
8.	Тема 8. Учет фактора риска в стратегическом планировании	ПК-2 ПК-4

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине - зачет

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: зачет (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования).

Устно-письменная форма по вопросам к зачету предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности или в качестве дополнительных вопросов при собеседовании при компьютерном тестировании в случае необходимости уточнения оценки.

2.1 Перечень тестов для зачета

ПК-2 И ПК-2.2 И ПК-2.3. ПК-4 И ПК-4.1. И ПК-4.2 И ПК-4.3

1. Укажите правильную последовательность выполнения работ по анализу и планированию рисков:

- А) определение тяжести неблагоприятного события
- Б) расчет опасности данного риска для плана
- В) выявление возможных рисков на всех этапах реализации стратегического плана и во всех областях производственно-хозяйственной деятельности предприятия (идентификация рисков)
- Г) определение вероятности наступления каждого риска

2. Под стратегией принято понимать

- А) набор правил и приемов, с помощью которых достигаются основополагающие цели развития той или иной системы
- Б) прогнозирование будущего финансового состояния предприятия
- В) обязательства в отношении действий, посредством которых будет реализовываться главная задача предприятия
- Г) выявление сильных и слабых сторон предприятия

3. Содержание портфельной (корпоративной, базовой) стратегии включает:

- А) расположение и масштабы областей деятельности, где будут гибко проявляться конкурентные преимущества организации, синергизм различных деятельностей
- Б) использование технологий по принципу «двойного назначения»
- В) использование организацией конкурентных преимуществ возможных партнеров по бизнесу в целях данной организации
- Г) многообразное использование различного рода ресурсов фирмы - материальных, финансовых, научно-технических, кадровых и др.

4. Основной целью портфельной (корпоративной, базовой) стратегии является:

- А) расширение и укрепление портфеля ценных бумаг
- Б) разделение труда
- В) определение специфики и особенностей товара конкурента
- Г) выявление конкурентных преимуществ

5. Какова классификация базовых стратегий по мнению Тренева?

- А) стратегии роста, стратегии поддержания, стратегии ухода, комбинированные стратегии
- Б) стратегии роста, стратегии поддержания, стратегии сокращения, комбинированные стратегии
- В) стратегии концентрированного роста, стратегии поддержания, стратегии сокращения
- Г) стратегии интегрированного роста, стратегии сокращения, комбинированные стратегии

6. Какова классификация базовых стратегий по мнению М.Портера?

- А) стратегии концентрированного (ограниченного) роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии сокращения
- Б) стратегии роста, стратегии поддержания, стратегии сокращения, комбинированные стратегии
- В) стратегии интегрированного роста, стратегии сокращения, комбинированные стратегии
- Г) стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии поддержания, стратегии сокращения

7. В группу стратегий концентрированного роста попадают стратегии, которые связаны с изменением двух элементов

- А) продукта и рынка
- Б) продукта и качества
- В) рынка и инвестиций
- Г) рынка и ресурсов

8. Основными типами стратегий концентрированного роста являются

- А) стратегия развития продукта, стратегия усиления позиций на рынке, стратегия развития рынка
- Б) стратегия развития продукта, стратегия усиления позиций на рынке, стратегия обратной вертикальной интеграции
- В) стратегия горизонтальной интеграции, стратегия ликвидации
- Г) стратегия развития продукта, стратегия усиления позиций на рынке, стратегия горизонтальной интеграции

9. Основными типами стратегий сокращения являются

- А) стратегия ликвидации, стратегия сиюминутного успеха, стратегия разворота, стратегия сокращения расходов
- Б) стратегия ликвидации, стратегия сиюминутного успеха, стратегия развития рынка
- В) стратегия развития продукта, стратегия ликвидации, стратегия сиюминутного успеха
- Г) стратегия разворота, стратегия сокращения расходов

10. 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?

- А) концентрированного роста
- Б) диверсификации
- В) интегрированного роста
- Г) сокращения

11. Какой тип стратегии (из группы стратегии концентрированного роста) выбрала фирма, прилагающая большие усилия в области маркетинга и стремящаяся завоевать лучшие позиции с данным продуктом на данном рынке?

- А) стратегию развития рынка
- Б) стратегию развития продукта
- В) стратегию проникновения на рынок

12. Какая стратегия наиболее привлекательна для фирмы, которая дальше не может развиваться на одном из рынков с данным продуктом в рамках данной отрасли?

- А) сокращения
- Б) концентрированного роста

- В) интегрированного роста
- Г) диверсификации

13. Стратегия поддержания:

- А) является малорискованной, так как она ориентирована на уже выпускаемую продукцию и уже освоенные рынки
- Б) применяется для находящихся на стадии увядания сегментов рынка и продуктов
- В) стратегии ухода с увядающих сегментов, при которой высвобождающиеся в результате ухода ресурсы используются для роста на других, перспективных направлениях

14. Под конкурентной (экономической, деловой) стратегией понимают:

- А) набор правил и приемов, с помощью которых достигаются основополагающие цели развития предприятия (стратегической единицы бизнеса) экономическими средствами и методами
- Б) набор правил и приемов, с помощью которых достигаются основополагающие цели развития той или иной системы
- В) прогнозирование будущего финансового состояния предприятия
- Г) выявление сильных и слабых сторон предприятия

15. Основной целью деловой (конкурентной) стратегии являются:

- А) достижение устойчивых конкурентных преимуществ в организации
- Б) расширение портфеля ценных бумаг
- В) определение работ в подразделениях организации
- Г) совершенствование структуры управления

16. Составляющие стратегического планирования, реализуемые во внешней среде фирмы:

- А) товарная стратегия предприятия
- Б) стратегия ценообразования
- В) стратегия снижения транзакционных издержек
- Г) стратегия снижения производственных издержек
- Д) стратегия инвестиционной деятельности

17. Составляющие стратегического планирования, реализуемые во внутренней среде фирмы:

- А) стратегия снижения производственных издержек
- Б) стратегия стимулирования персонала предприятия
- В) стратегия снижения транзакционных издержек
- Г) стратегия поведения потребителей на рынках денег и ценных бумаг

18. Основными средствами защиты конкурентных преимуществ являются:

- А) монополии, патенты, секретность разработок фирмы, доступ к источникам сырья или коммуникациям
- Б) монополии, патенты, доли, занимаемые фирмой на рынке
- В) секретность разработок фирмы, наличие финансово-кредитных ресурсов
- Г) прибыль и рентабельность предприятия

19. К основным конкурентным стратегиям относятся:

- А) стратегия низких издержек
- Б) стратегия дифференциации
- В) стратегия сегментации
- Г) портфельные стратегии

- Д) операционные стратегии
- Е) функциональные стратегии

20. Стратегия лидерства в издержках направлена:

- А) на достижение конкурентных преимуществ за счет низких затрат на производство продукции или оказание услуг
- Б) не на обслуживание всего рынка стандартизированного товара, а на изготовление особой продукции, являющейся модификацией стандартного изделия
- В) на выбор ограниченной по масштабам сферы хозяйственной деятельности с резко ограниченным кругом потребителей

21. Стратегия низких издержек особенно успешна, если:

- А) эластичность спроса по цене высокая
- Б) эластичность спроса по цене низкая
- В) эластичность спроса по цене нулевая
- Г) издержки в основном состоят из затрат на заработную плату

22. Стратегия сегментации рынка (фокусирования) связана с тем, что:

- А) предприятие достигает конкурентных преимуществ за счет выбора ограниченной по масштабам сферы хозяйственной деятельности с резко ограниченным кругом потребителей
- Б) предприятие первым предлагает на рынок оригинальный товар (услугу)
- В) предприятие получает конкурентные преимущества за счет соединения двух или большего числа бизнес единиц в одних руках
- Г) предприятие достигает конкурентных преимуществ за счет низких затрат на производство продукции или оказание услуг

23. Стратегия сегментации особенно успешна:

- А) при торговле однородным товаром
- Б) при производстве товаров массового спроса
- В) при реализации элитных товаров
- Г) при организации торговли в маленьком городе

24. Стратегия дифференциации особенно успешна:

- А) в условиях массового спроса;
- Б) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара
- В) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности
- Г) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу

25. Стратегия синергизма

- А) это стратегия получения конкурентных преимуществ за счет соединения двух или большего числа бизнес единиц в одних руках
- Б) означает, что предприятие первым предлагает на рынок оригинальный товар (услугу)
- В) выбор ограниченной по масштабам сферы хозяйственной деятельности с резко ограниченным кругом потребителей
- Г) на достижение конкурентных преимуществ за счет низких затрат на производство продукции или оказание услуг

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

- А) вертикальная интеграция
- Б) совместное предприятие в новой области
- В) концентрическая диверсификация
- Г) горизонтальная интеграция или слияние
- Д) сокращение

27. Конкурентные преимущества, связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья, относятся к конкурентным преимуществам:

- А) низкого ранга
- Б) высокого ранга

28. Какие из перечисленных факторов определяют конкурентную силу поставщика организации?

- А) концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами
- Б) уровень специализации поставщика
- В) темпы инфляции и нормы налогообложения
- Г) все перечисленные факторы

29. Конкурентная среда организации определяется:

- А) внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию
- Б) только внутриотраслевыми конкурентами
- В) фирмами, производящими замещающий продукт
- Г) только фирмами, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом

30. К рискам, связанным с реализацией стратегии лидерства в издержках, относится:

- А) опасность имитаций (способов технологии и методов производственного процесса), угроза появления новых технологий, пренебрежение маркетинговыми аспектами, угроза со стороны инфляции издержек, сводящая на нет достижения стратегии
- Б) опасность имитаций (уникальных свойств товара), угроза появления новых технологий, пренебрежение основным спросообразующим фактором - ценой и скрытыми за ней издержками, снижение значения дифференциации для покупателей по другим причинам
- В) имитация фокусирования другими фирмами, потеря привлекательности товара для выбранного сегмента, выделение конкурентами еще более локального сегмента рынка

31. К рискам, связанным с реализацией стратегии дифференциации, относится:

- А) опасность имитаций (уникальных свойств товара), угроза появления новых технологий, пренебрежение основным спросообразующим фактором - ценой и скрытыми за ней издержками, снижение значения дифференциации для покупателей по другим причинам
- Б) имитация фокусирования другими фирмами, потеря привлекательности товара для выбранного сегмента, выделение конкурентами еще более локального сегмента рынка
- В) опасность имитаций (способов технологии и методов производственного процесса), угроза появления новых технологий, пренебрежение маркетинговыми аспектами, угроза со стороны инфляции издержек, сводящая на нет достижения стратегии

32. К рискам, связанным с реализацией стратегии фокусирования, относится:

А) имитация фокусирования другими фирмами, потеря привлекательности товара для выбранного сегмента, выделение конкурентами еще более локального сегмента рынка

Б) опасность имитаций (уникальных свойств товара), угроза появления новых технологий, пренебрежение основным спросообразующим фактором - ценой и скрытыми за ней издержками, снижение значения дифференциации для покупателей по другим причинам

В) опасность имитаций (способов технологии и методов производственного процесса), угроза появления новых технологий, пренебрежение маркетинговыми аспектами, угроза со стороны инфляции издержек, сводящая на нет достижения стратегии

33. Целью формирования стратегии предприятия является:

А) выбор стратегической альтернативы, реализация которой повысит эффективность деятельности предприятия в долгосрочной перспективе

Б) расширение описания миссии

В) разработка решений, обеспечивающих эффективное функционирование предприятия

34. Процесс стратегического планирования включает:

А) выбор стратегии

Б) формулировку целей и задач

В) оценку возможностей и альтернативных вариантов

Г) мотивацию

Д) изучение рынка

Е) определение уровней иерархии

Ж) реализацию плана

35. На этапе долгосрочного планирования вырабатывается:

А) стратегия фирмы по всем ее направлениям

Б) стратегия работы отдельного исполнителя

В) стратегия работы отдельного подразделения

36. С помощью анализа портфеля продукции могут быть сбалансированы такие важные факторы как

А) доходы и расходы, инвестиции, уровень обновляемости

Б) доходы и расходы, качество, спрос

В) инвестиции, уровень обновляемости, спрос

Г) спрос и предложение

37. Выберите правильные этапы анализа портфеля продукции:

А) выбор уровней анализа

Б) выделение объектов анализа

В) определение параметров матриц, применяемых при анализе портфеля продукции

Г) выбор уровня инвестиций

Д) выделение субъектов анализа

38. Для оценки масштабов бизнеса могут использоваться следующие показатели:

А) доля рынка

Б) относительная доля рынка

В) стоимость чистых активов

Г) дебиторская задолженность

39. На основе каких составляющих осуществляется выбор стратегии руководителем?

- А) альтернативных вариантов стратегии
- Б) результатов анализа портфеля продукции
- В) ключевых факторов, определяющих стратегию предприятия
- Г) конкурентной позиции предприятия в отрасли

40. Среди основных ключевых факторов, определяющих выбор стратегии, в первую очередь, учитываются:

- А) цели предприятия
- Б) интересы и отношения к стратегии высшего руководства
- В) финансовые ресурсы
- Г) угрозы предприятия
- Д) возможности предприятия

41. Часть предприятий определяют структуру стратегического плана соответственно этапам процесса:

- А) стратегического планирования
- Б) стратегического маркетинга
- В) стратегического управления персоналом
- Г) организации предпринимательской деятельности

42. В составе стратегического плана выделяют следующие разделы

- А) корпоративная стратегия, продукция, конкуренция, рынки, ресурсы, деловой портфель, инновации
- Б) корпоративная стратегия, продукция, конкуренция, спрос, качество
- В) ресурсы, деловой портфель, инновации, качество
- Г) корпоративная стратегия, инвестиции

43. Что является результатом системы стратегического планирования?

- А) определение миссии, целей, выбор стратегий, распределений ресурсов для будущих программ
- Б) определение планов маркетинга, производства, бизнес-план
- В) определение финансового плана, стратегий сбыта
- Г) определение финансового плана и плана закупок

44. Какое из приведенных ниже утверждений верно?

- А) составление стратегического плана - это функция руководства
- Б) составление стратегического плана - это процесс, в котором обязательно должны участвовать люди, которые будут впоследствии его выполнять
- В) составление стратегического плана - это дело внешних консультантов по стратегическому планированию
- Г) составление стратегического плана - это функция планового отдела

45. Имеются ли различия между понятиями «программа» и «план» и если да, то в чем они состоят?

- А) программа - понятие более широкое, в рамках программы может быть несколько проектов
- Б) программа и проект - это, в принципе, одно и то же
- В) проект - понятие более широкое, в рамках проекта может быть несколько программ
- Г) программа и проект различаются, поскольку используются на разных стадиях планирования

46. Может ли фирма на практике одновременно реализовывать несколько стратегий:
А) может, только если это многоотраслевая компания
Б) может
В) не может
47. Какая ошибка наиболее часто повторяется при реализации новой стратегии?
А) отсутствие необходимых ресурсов
Б) неспособность и отсутствие желания осуществлять стратегическое планирование
В) плохое знание внешнего рынка
Г) новая стратегия автоматически налагается на старую структуру
48. Ключевая роль в проведении стратегических изменений и мобилизации потенциала организации принадлежит:
А) руководству организации
Б) непосредственным исполнителям
В) руководителям среднего звена и непосредственным исполнителям
Г) научным и инженерно-техническим сотрудникам
Д) в равной степени всем работникам организации
49. Что является главной целью стратегического анализа внешней среды организации?
А) информация, которую надо учитывать при формулировании миссии организации
Б) информация об угрозах, которую надо учитывать при разработке конкретной стратегии организации
В) изучение специфики товара конкурента
50. Организация в стратегическом планировании деятельности исходит из того, что:
А) в окружении постоянно будут происходить изменения
Б) окружение не будет изменяться
В) в окружении не будет происходить качественных изменений
51. Какие из следующих факторов должны быть в первую очередь учтены при выборе стратегии (являются ключевыми)?
А) все перечисленные факторы
Б) сильные стороны отрасли
В) сильные стороны фирмы
Г) цели фирмы
Д) интересы высшего руководства
Е) квалификация работников
Ж) степень зависимости от внешней среды
52. Какое окружение рассматривает стратегическое планирование предприятия как совокупность двух составляющих: макроокружения и непосредственного окружения?
А) внешнее
Б) внутреннее
В) внутреннее и внешнее
Г) макроокружение
53. Что создает общие условия существования предприятия, оно оказывает общее влияние на все субъекты хозяйствования:
А) макроокружение
Б) внутреннее и внешнее окружение
В) внутреннее окружение

Г) внешнее окружение

54. Анализ какого окружения предусматривает исследование компонентов внешней среды, с которыми предприятие непосредственно контактирует в процессе хозяйственной деятельности?

- А) непосредственного
- Б) внутреннего
- В) внешнего
- Г) макроокружения

55. К кому относят предприятия, производящие аналогичную продукцию (услуги), предприятия, которые занимаются производством замещающего продукта и предприятия, которые могут войти на рынок?

- А): конкурентам
- Б) партнерам
- В) посредникам
- Г) оценке рынка

56. Что рекомендуется анализировать при изучении поставщиков?

- А) стоимость поставляемого товара и тенденции ее изменения, гарантии качества товара, временной график поставки, надежность поставщиков
- Б) стоимость поставляемого товара и тенденции ее изменения
- В) надежность поставщиков, временной график поставки, стоимость поставляемого товара и тенденции ее изменения
- Г) гарантии качества товара, временной график поставки, стоимость поставляемого товара и тенденции ее изменения

57. Что является целью анализа внутренней структуры предприятия

- А) выявление сильных и слабых сторон его деятельности
- Б) выявление сильных сторон его деятельности
- В) выявление имиджа предприятия
- Г) выявление слабых сторон его деятельности

58. Процесс, при помощи которого осуществляется диагностика внутренних достоинств и недостатков, в стратегическом планировании называется:

- А) управленческим обследованием
- Б) целями предприятия
- В) миссией предприятия
- Г) диагностикой предприятия

59. Метод, который позволяет провести совместное исследование внешней и внутренней среды:

- А) метод SWOT-анализа
- Б) метод Дельфи
- В) метод STEP-анализа
- Г) метод экспертных оценок

60. Чем различаются STEP- и SWOT-анализы?

- А) предметом SWOT-анализа выступает как внешняя, так и внутренняя среда организации, а предметом STEP-анализа – только ее внешняя макросреда
- Б) SWOT-анализ позволяет синтезировать результаты STEP-анализа как внешней, так и внутренней среды организации

В) SWOT-анализ представляет собой анализ сил и слабостей организации, а STEP-анализ – ее возможностей и внешних угроз
Г) STEP-анализ – это разновидность качественного, а SWOT – количественного анализа

61. SWOT-анализ включает:

- А) анализ сильных и слабых сторон в деятельности организации, в сравнении с конкурентами
- Б) анализ возможностей организации и вероятных угроз
- В) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков
- Г) все вместе взятое

62. Что такое проблемное окружение?

- А) это упорядоченный перечень основных проблем, связанных с внешними источниками
- Б) это такая внешняя среда, которая создает проблемы
- В) это образное обозначение внешней среды организации
- Г) так называют конкурентов организации
- Д) смысл этого термина - подчеркнуть необходимость отношения к внешнему окружению как к источнику проблем

63. Стратегическая зона хозяйствования - это:

- А) сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
- Б) зона наибольшего хозяйственного риска
- В) перспективный сегмент рынка
- Г) свободная экономическая зона

64. Как в планировании принято называть риск?

- А) хозяйственный
- Б) финансовый
- В) стратегический
- Г) экономический

65. Укажите верное определение хозяйственного риска:

- А) угроза, опасность возникновения ущерба в любых видах деятельности, связанных с производством продукции, ее реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, реализацией социально-экономической и научно-технических программ.
- Б) риск, связанный с принимаемыми решениями, противоречиями в руководстве
- В) опасные явления, эпизодически происходящие в природе, техносфере и обществе, сопровождаются формированием негативных факторов, взаимодействие которых с элементами антропосферы
- Г) опасности, угрозы, уязвимость, неэффективность систем безопасности, ущерб

66. Какие группы рисков выделяют в планировании?

- А) внешние, внутренние и прочие риски
- Б) качественные и количественные риски
- В) внутренние и внешние риски
- Г) все ответы верны

67. Что относится к непредсказуемым внешним рискам?

- А) меры государственного воздействия в сферах налогообложения, ценообразования, землепользования; природные катастрофы; уголовные и экономические преступления; внешние эффекты – экологические, социальные, экономические, политические
- Б) недостаток рабочей силы, ошибки в планировании, ошибки в проектировании
- В) нарушение правил эксплуатации, техники безопасности и т.д.
- Г) риски связанные со здоровьем людей и прочие

68. В процессе анализа и планирования риска выделяют следующие виды потерь:

- А) материальные, трудовые, финансовые, потери времени, потери, связанные с нанесением ущерба престижу предприятия
- Б) трудовые, инвестиционные, ресурсные
- В) материальные, трудовые, ресурсные, временные
- Г) потери, связанные с нанесением ущерба престижу предприятия, трудовые, финансовые

69. Укажите основные показатели риска:

- А) вероятность возникновения потерь
- Б) структура потерь
- Г) нормативы потерь

70. Для построения кривой риска используют:

- А) статистический способ
- Б) экспертный способ
- В) расчетно-аналитический способ
- Г) финансовый способ

71. На чем базируется расчетно-аналитический способ построения кривой риска?

- А) на выведении закономерностей между показателями рисков.
- Б) на обработке мнений опытных специалистов
- В) на изучении статистики потерь и прибыли на предприятии
- Г) на определении значений вероятности наступления событий и выбора из возможных событий самого предпочтительного

72. Что из нижеперечисленного относится к методам снижения рисков?

- А) технические методы
- Б) правовые методы
- В) организационно-экономические методы
- Г) экономические методы
- Д) организационные методы

73. Особый вид деятельности специалистов, занимающихся плановой работой, состоящей в разработке стратегических решений, предусматривающих выдвижение таких целей и стратегий поведения соответствующих объектов управления, реализация которых обеспечивает их эффективное функционирование, а в долгосрочной перспективе быструю адаптацию к изменяющимся условиям внешней среды:

- А) стратегическое планирование
- Б) стратегический план предприятия
- В) конкурентная стратегия
- Г) функциональные стратегии

74. В процессе стратегического планирования даются ответы на следующие вопросы:

- А) в каком положении предприятие находится в настоящее время?
- Б) в каком положении оно хотело бы находиться через три, пять или десять лет?
- В) каким способом достигнуть желаемого положения?
- Г) какие конкуренты имеют более сильные позиции по отношению к предприятию?
- Д) реальны ли установленные перспективные цели?

75. Основная цель стратегического планирования состоит

- А) в создании потенциала для выживания предприятия в условиях динамично изменяющейся внешней и внутренней среды, порождающей неопределенность перспективы
- Б) готовность к быстрому реагированию на изменение окружающей среды
- В) обеспечение гармонии в развитии организации, т. е. согласованного и эффективного функционирования всех внешних и внутренних элементов организации
- Г) предвидение событий с целью снижения риска и необоснованных потерь

76. Что не относится к особенностям стратегического планирования?

- А) анализ состояния и перспектив развития рынка
- Б) непрерывный (кольцевой) характер, обратная связь
- В) ориентация на решение ключевых (определяющих) для планируемой системы проблем
- Г) сложность определения абсолютных показателей полезности тех или иных решений (квантифицированные показатели)

77. Стратегический план предприятия – это:

- А) документ, выражающий миссию предприятия, его долгосрочные цели и стратегию их достижения с учетом внешней окружающей среды и внутренних особенностей предприятия
- Б) документ, выражающий миссию предприятия, его краткосрочные цели
- В) документ, выражающий миссию предприятия, его долгосрочные цели и стратегию их достижения с учетом внутренней среды предприятия
- Г) документ, выражающий миссию предприятия, его долгосрочные цели

78. Что относится к объектам стратегического планирования на предприятии в зависимости от уровня управления:

- А) предприятие в целом
- Б) деятельность по освоению новых рынков сбыта
- В) деятельность, определяющая взаимоотношения с обществом
- Г) внешнеэкономическая деятельность

79. Что не относится к принципу сочетания общих и локальных интересов при приоритете интересов более высокого ранга и стимулирование личной и коллективной заинтересованности в выполнении заданий стратегических планов

- А) организация работы экспертов на основе особой системы их деятельности
- Б) объективную необходимость увязки интересов коллектива организации и отдельных работников в единую систему и обеспечение в процессе планирования выработки мероприятий, способствующих реализации этих интересов
- В) в процессе регулирования воспроизводственных процессов необходимость решения проблем с учетом обеспечения социальной защищенности работников предприятия
- Г) создание с помощью системы экономических стимулов личной и коллективной заинтересованности работников в успешном выполнении плановых заданий

80.Необходимость ставить цели во всех сферах, от которых зависит жизнеспособность предприятия, отражает такую характеристику целей, как:

- А) множественность
- Б) избирательность
- В) конкретность
- Г) совместимость

81.Какая характеристика целей означает совместимость целей фирмы с собственными интересами ее владельцев и сотрудников, а также учет интересов партнеров, клиентов, поставщиков и общества в целом?

- А) приемлемость
- Б) совместимость
- В) измеримость
- Г) избирательность

82.Какая характеристика целей означает возможность количественной и качественной оценки целей как в процессе их постановки, так и в процессе реализации?

- А) измеримость
- Б) совместимость
- В) избирательность
- Г) конкретность

83. Какая характеристика целей помогает однозначно определить, в каком направлении должна функционировать фирма, что необходимо получить в результате достижения цели, в какие сроки она должна быть реализована, кто должен ее реализовать?

- А) конкретность
- Б) совместимость
- В) приемлемость
- Г) избирательность

84.Какая характеристика целей означает возможность корректировки целей в соответствии с изменениями во внешней и внутренней среде фирмы в процессе их реализации?

- А) гибкость
- Б) конкретность
- В) совместимость
- Г) избирательность

85.Что включает в себя эффективность?

- А) рентабельность
- Б) доля рынка
- В) объем продаж
- Г) прибыль

86.Обязательства в отношении действий, посредством которых будет реализовываться главная задача данного предприятия, - это:

- А) цели
- Б) миссии
- В) требования
- Г) план

87. Миссия предприятия – это:

- А) есть выраженная словесно основное социально значимое функциональное назначение предприятия в долгосрочном периоде (помимо получения прибыли)
- Б) охватывает совокупность теоретических выводов, общих закономерностей, научных принципов, экономических положений, современных требований рынка и признанных передовой практикой методов разработки плана
- В) это обязательства в отношении действий, посредством которых будет реализовываться главная задача данного предприятия. Цели являются основой стратегии, они выступают в роли стандартов, на которые ориентируется вся работа предприятия
- Г) характеризует состав применяемых на том или ином предприятии методов, способов и приемов обоснования конкретных плановых показателей, а также содержание, формы, структуру и порядок разработки плана

88.Руководящая философия бизнеса, образ организации в будущем, не сама цель, а, скорее, чувство основной цели фирмы – это

- А) видение
- Б) план
- В) политика
- Г) миссия

89. В чем состоят основные различия между стратегическим управлением на коммерческом предприятии и в государственном учреждении?

- А) имеются различия в способах формирования миссии и целей, в способах мониторинга и контроля, в характере ответственности, в способах оценки деятельности
- Б) на коммерческом предприятии можно организовать стратегическое управление, а в государственном учреждении – нельзя
- В) на коммерческом предприятии есть миссия, а в государственном учреждении ее нет
- Г) различий нет

90. Данные методы основаны на использовании косвенной и неполной информации, опыта специалистов, экспертов и интуиции

- А) экспертные методы (эвристические)
- Б) методы социально-экономического анализа
- В) методы прямых инженерно-экономических расчетов
- Г) методы системного анализа и синтеза

91. Суть этого принципа заключается в том, что при построении системы предприятия необходимо соблюдение принципа оптимальности

- А) обеспечение оптимальной пропорциональности на основе выделения ведущих звеньев
- Б) принцип научной обоснованности и эффективности прогнозов, стратегических программ и планов
- В) принцип единства процесса разработки, обеспечение возможности выполнения и проверки выполнения стратегических планов
- Г) принцип единства и комплексности прогнозов и стратегических планов

92.Высшим уровнем стратегического планирования является:

- А) корпоративный уровень
- Б) деловой уровень
- В) функциональный уровень

93. Эталон расхода различных ресурсов на производство единицы продукции значение, которого должно соответствовать достигнутому уровню развития рыночных отношений при полной степени использования техники, передовой технологии, прогрессивной организации производства и требуемой квалификации персонала

- А) норматив
- Б) норма
- В) принцип управления
- Г) затраты

94. Норма- это

- А) научно обоснованная величина расходования тех или иных экономических ресурсов в конкретных производственно-технических условиях
- Б) характеризует состав применяемых на том или ином предприятии методов, способов и приемов обоснования конкретных плановых показателей, а также содержание, формы, структуру и порядок разработки плана
- В) эталон расхода различных ресурсов на производство единицы продукции значение, которого должно соответствовать достигнутому уровню развития рыночных отношений при полной степени использования техники, передовой технологии, прогрессивной организации производства и требуемой квалификации персонала.
- Г) охватывает совокупность теоретических выводов, общих закономерностей, научных принципов, экономических положений, современных требований рынка и признанных передовой практикой методов разработки плана

95. Политика рассматривается как организационно оформленная система интересов, общности людей. На уровне предприятия – это интересы собственников предприятия, которые и формируют политику, определяющую направления развития предприятия и распределение финансовых результатов деятельности в соответствии со своими интересами

- А) принцип единства экономики и политики при приоритете политики
- Б) принцип сочетания общих и локальных интересов при приоритете интересов более высокого ранга и стимулирование личной и коллективной заинтересованности в выполнении заданий стратегических планов
- В) принцип единства централизма и самостоятельности
- Г) принцип научной обоснованности и эффективности прогнозов, стратегических программ и планов

96. Методика стратегического планирования

- А) характеризует состав применяемых на том или ином предприятии методов, способов и приемов обоснования конкретных плановых показателей, а также содержание, формы, структуру и порядок разработки плана
- Б) это научно обоснованная величина расходования тех или иных экономических ресурсов в конкретных производственно-технических условиях
- В) это эталон расхода различных ресурсов на производство единицы продукции значение, которого должно соответствовать достигнутому уровню развития рыночных отношений при полной степени использования техники, передовой технологии, прогрессивной организации производства и требуемой квалификации персонала.
- Г) охватывает совокупность теоретических выводов, общих закономерностей, научных принципов, экономических положений, современных требований рынка и признанных передовой практикой методов разработки плана

97.Методология стратегического планирования

- А) Охватывает совокупность теоретических выводов, общих закономерностей, научных принципов, экономических положений, современных требований рынка и признанных передовой практикой методов разработки плана
- Б) характеризует состав применяемых на том или ином предприятии методов, способов и приемов обоснования конкретных плановых показателей, а также содержание, формы, структуру и порядок разработки плана
- В) это научно обоснованная величина расходования тех или иных экономических ресурсов в конкретных производственно-технических условиях
- Г) это эталон расхода различных ресурсов на производство единицы продукции значение, которого должно соответствовать достигнутому уровню развития рыночных отношений при полной степени использования техники, передовой технологии, прогрессивной организации производства и требуемой квалификации персонала.

98. Как соотносятся понятия «стратегический план» и «долгосрочный план»?

- А) стратегический и долгосрочный план - близкие, но в то же время различные понятия
- Б) стратегический план - это разновидность долгосрочного плана
- В) долгосрочный план - это разновидность стратегического плана
- Г) долгосрочный и стратегический план - это одно и то же

99.Стратегия, ответственная за прогнозирование финансовых показателей стратегического плана, оценку инвестиционных проектов, планирование будущих продаж, распределение и контроль финансовых ресурсов, это:

- А) финансовая
- Б) стратегия НИОКР
- В) маркетинговая
- Г) производственная

100.Стратегия заключается в определении наиболее востребованных рынком продуктов и услуг и рынков, и которые может предложить компания

- А) маркетинговая
- Б) производственная
- В) финансовая
- Г) стратегия НИОКР

101. Стратегия сосредоточена на решениях о необходимых мощностях, размещении промышленного оборудования, основных элементах производственного процесса, регулировании заказов

- А) производственная
- Б) финансовая
- Г) стратегия НИОКР

102.Какая стратегия нацелена на достижение конкурентных преимуществ

- А) конкурентная стратегия
- Б) функциональная стратегия
- В) производственная стратегия
- Г) маркетинговая стратегия

103.Что не относится к уровням формирования стратегии?

- А) многофункциональный

- Б) функциональный
- В) корпоративный
- Г) деловой

104. Реализация стратегии предусматривает:

- А) активизацию менеджеров всех уровней
- Б) выделение средств на реализацию стратегии
- В) введение передового опыта и достижений науки в процессе реализации стратегии
- Г) стимулирование выполнения стратегического замысла
- Д) формирование корпоративной культуры
- Е) периодическую отчетность о выполнении стратегии