

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ О. Ільєнко

« _____ » _____ 2018 р.

ТИПОВІ ТЕСТИ

з дисципліни «Стратегічний менеджмент»

Розроблені д.е.н., професор кафедри МЗЕДП О. Паливода

1. Стратегія організації — це:

- 1) основне призначення організації, чітко визначена мета її існування;
- 2) генеральна довгострокова програма дій і порядок розподілу ресурсів організації для досягнення її цілей;
- 3) процес визначення цілей діяльності організації;
- 4) головна мета у сфері виробництва.

2. До функціональних стратегій підприємства належать:

- 1) стратегії планування, організації, мотивації, контролю;
- 2) глобальна, багатонаціональна;
- 3) маркетингова, фінансова, кадрова, інноваційна;
- 4) стратегії низьких витрат, скорочення ринку, розвитку товару.

3. У диверсифікованій фірмі стратегії за рівнем розробки

класифікують:

- 1) на вищі, середні, нижчі;
- 2) глобальні, міжнародні, регіональні, місцеві;
- 3) комплексні, конгломератні, спеціалізовані;
- 4) корпоративні, ділові, функціональні, операційні.

4. Стратегію організації розробляють у такій послідовності:

- 1) вивчення сильних і слабких сторін підприємства, а потім — можливостей і загроз із зовнішнього середовища;
- 2) аналіз середовища, розробка місії та системи цілей, оцінювання та добір стратегії, реалізація й контроль;
- 3) бізнес-стратегія, корпоративна, функціональна й операційна;
- 4) аналіз внутрішніх ресурсів, вивчення сильних і слабких сторін підприємства, добір стратегії, реалізація та контроль.

5. Критерієм ефективності стратегічного управління є:

- 1) забезпечення прибутковості діяльності;
- 2) своєчасність і точність реакції організації на нові запити ринку та зміни в бізнес-середовищі;
- 3) раціональне використання виробничого потенціалу;
- 4) правильне визначення сильних і слабких сторін підприємства.

6. Стратегічне планування починається:

- 1) з аналізу внутрішніх можливостей і ресурсів організації;
- 2) оцінювання потреб ринку, вивчення тенденцій розвитку галузі;
- 3) вивчення витрат виробництва;
- 4) визначення конкурентних переваг підприємства.

7. Фінансова, маркетингова, кадрова, інноваційна стратегії

належать:

- 1) до операційних стратегій;
- 2) бізнес-стратегій;
- 3) функціональних;
- 4) корпоративних.

8. Об'єкти основної уваги керівництва за стратегічного управління — це:

- 1) простежування змін у зовнішньому середовищі й адаптація до них;
- 2) розв'язання внутрішніх проблем підприємства;
- 3) зменшення витрат виробництва, підвищення продуктивності праці;
- 4) одержання прибутку від реалізації продукції та послуг.

9. Конкурентні переваги підприємства є внутрішніми, якщо вони ґрунтуються:

- 1) на особливих якостях товару, що створюють цінність для покупців;
- 2) професійно проведеному SWOT-аналізі підприємства без залучення зовнішніх експертів;
- 3) можливості підприємства забезпечити нижчі витрати виробництва товарів, ніж у конкурентів;
- 4) розробці двовимірних матриць із залученням зовнішніх незалежних експертів.

10. Підприємства, які мають зовнішні конкурентні переваги, зазвичай застосовують стратегію:

- 1) диференціації високоякісних, відомих товарів;
- 2) низьких витрат у масовому виробництві немарочних стандартних товарів;
- 3) виділення бізнес-одиниць на кожному рівні управління;
- 4) боротьби з галузевими групами конкурентів.

11. Концепцію конкурентних переваг розробив:

- 1) І. Ансофф;
- 2) А. Дж. Стрікленд;
- 3) А. Чандлер;
- 4) М. Портер.

12. Зазначте конкурентні переваги, які сприяють успішній реалізації стратегії диференціації:

- 1) відмінності в товарних марках мають невелике значення для покупців;
- 2) підприємство володіє відомою, популярною товарною маркою;
- 3) висока еластичність попиту щодо ціни;
- 4) конкуренти не можуть швидко та без значних витрат зімітувати ознаки диференціації.

13. До методів аналізу конкурентних переваг організації не належать:

- 1) спостереження, опитування споживачів, ділових партнерів і працівників підприємства;
- 2) франчайзинг, факторинг, лізинг;
- 3) бенчмаркінг, експертні оцінки;
- 4) SWOT-аналіз.

14. Конкурентні переваги підприємства є зовнішніми, якщо вони ґрунтуються:

- 1) на ефективній маркетинговій підтримці його діяльності;

- 2) особливих якостях товару, що створюють цінність для покупців;
- 3) концепції сегментації цільового ринку;
- 4) можливості забезпечити нижчі витрати виробництва товарів, ніж у конкурентів.

15. Підприємства, які мають внутрішні конкурентні переваги, зазвичай застосовують стратегію:

- 1) низьких витрат у масовому виробництві немарочних товарів;
- 2) низьких витрат у разі диференціації високоякісних марочних товарів;
- 3) диференціації високоякісних відомих товарів;
- 4) відмови від маркетингового забезпечення збуту.