**ЭКЗАМЕН в форме ПИСЬМЕННОГО ЗАДАНИЯ**

**Письменное задание включает в себя ТЕСТ и** [**РЕФЕРАТ**](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B9%5CDesktop%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5CStrategicheskii_menedzhment._EHkzamen.doc#_ТЕМЫ_ДЛЯ_РЕФЕРАТОВ)**.**

1. **Скопируйте тест, выделите правильные ответы.**
2. **Выберите одну из тем рефератов. Объем реферата – 12-14 листов печатного текста шрифтом 14, интервалом 1,5 см. (Пользуйтесь памяткой по подготовке).**
3. **Оформите титульный лист (**[**Приложение 1**](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B9%5CDesktop%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5CStrategicheskii_menedzhment._EHkzamen.doc#_Приложение_1)**), список используемой литературы.**
4. **Выставьте работу в ЛК.**

## ***ТЕСТ***

## ***по дисциплине «Стратегический менеджмент»***

***1. Какая из перечисленных базовых стратегий относится к наступательным стратегиям***

1. Стратегия развития товара

2. Стратегия диверсификации

З. Захват незанятых пространств

1. Стратегия проникновения
2. Стратегия "сбора урожая"

***2. Какая из перечисленных стратегий не относится к стратегиям роста***

1. Стратегия развития товара

2. Стратегия диверсификации

З. Стратегия проникновения

4. Стратегия развития рынка

5. Стратегия "сбора урожая"

***3. При прогнозировании короткого жизненного цикла товара мы выбираем ценовую стратегию***

1. Проникновения на рынок
2. Снятия сливок

***4. Стратегия конкуренции, предусматривающая ориентацию на узкий сегмент рынка:***

1. Стратегия лидерства по издержкам

2. Стратегия широкой дифференциации З. Стратегия оптимальных издержек

1. Стратегия фокусирования
2. Стратегия рыночной ниши, основанная на дифференциации продукции

***5. Какую возможность покупателям дает стратегия оптимальных издержек?***

1. Приобретение высококачественных товаров, отличающихся от товаров конкурентов по важным с точки зрения потребителей свойствам

2. Получение большей ценности за меньшие деньги.

З. Приобретение товаров, наиболее полно отвечающих их вкусам и потребностям.

1. ***Кто является автором модели пяти конкурентных сил?***
2. Ансофф

2. Ламбен

З. Портер

1. Котлер
2. Штерн

***7. Анализ макросреды предприятия проводится методом****:*

1. STEP

2. SWOT

З. SPACE

4. GAP

***8. Анализ, используемый для определения наиболее выгодного стратегического положения для фирмы***

1. STEP

2. SWOT

З. SPACE

4. GAP

**9. Какой из законов организации имеет следующее определение:** *для любой организации существует такой набор элементов, при котором ее потенциал всегда будет больше простой суммы потенциала входящих в нее элементов, либо существенно меньше?*

1. пропорциональности;
2. самосохранения;
3. эмерджентности;
4. развития;
5. синергии.

***10. В каких из приведенных вариантов суммарная выручка фирмы-производителя возрастает?***

1. цена увеличивается при эластичном спросе;
2. цена увеличивается при неэластичном спросе;
3. цена падает при неэластичном предложении;
4. все утверждения верны;
5. все утверждения неверны.

***11. Стратегический менеджмент как отрасль экономической науки возник***

1. В начале двадцатого века
2. В 60-е годы 20 века
3. В 70-е годы 20 века
4. В 80-е годы 20 века
5. В 90-е годы 20 века

***12. Стратегический менеджмент возник***

1. В Японии
2. В Германии
3. Во Франции
4. В Америке
5. В Китае

***13. Цели стратегического менеджмента***

1. Исполнение бюджета
2. Прогнозирование будущего
3. Стратегическое мышление
4. Реакция на внешние перемены
5. Использование изменений для создания благоприятных возможностей развития

***14. На какие из перечисленных вопросов позволяет ответить SWOT-анализ***

1. Использует ли компания внутренние сильные сторон или отличительные преимущества в своей стратегии и какие из сильных сторон могут стать отличительными преимуществами
2. Какие ключевые факторы будут определять конкурентный успех
3. Какие угрозы должны в первую очередь беспокоить менеджмент и какие стратегические действия должен он предпринять для защиты
4. Все

**1*5. Куда, согласно рекомендациям БКГ, должны направляться избытки средств от "дойных коров"***

1. на укрепление позиций "звезд"
2. на превращение "трудных детей" в "дойных коров"
3. на превращение "собак" в "звезды"
4. всем поровну

***16. Привлекательный портфель компании должен содержать***

1. Как можно больше "звезд", "собак" и "дойных коров" для получения прибыли
2. Необходимое количества "звезд", "дойных коров" и "трудных детей" для роста компании
3. Достаточное количество "собак" для "сбора урожая"

***17. Внешний анализ в SWOT- анализе предполагает***

1. Построение конкурентного портфеля
2. Изучение возможностей и угроз
3. Изучение сильных и слабых сторон организации

***18. Диаграмма БКГ в зоне хозяйствования с позиций "звезды" предлагает фирме***

1. по возможности избавляться от этих СЗХ, если нет причин сохранять
2. жестко контролировать капиталовложения и передавать избыток денежной выручки под контроль высшего руководства фирмы
3. специально изучать, чтобы установить реальные возможности перехода на более выгодные позиции при дополнительных капиталовложениях
4. оберегать и укреплять эти позиции

***19. Диаграмма БКГ в зоне хозяйствования с позиций "собаки" предлагает фирме***

1. жестко контролировать капиталовложения и передавать избыток денежной выручки под контроль высшего руководства фирмы
2. специально изучать, чтобы установить реальные возможности перехода на более выгодные позиции при дополнительных капиталовложениях
3. по возможности избавляться от них, если нет причин сохранять
4. оберегать и укреплять эти позиции

***20. Диаграмма БКГ в зоне хозяйствования с позиций "дикие кошки" предлагает фирме***

1. специально изучать, чтобы установить реальные возможности перехода на более выгодные позиции при дополнительных капиталовложениях
2. жестко контролировать капиталовложения и передавать избыток денежной выручки под контроль высшего руководства фирмы
3. по возможности избавляться от этих СЗХ, если нет причин сохранять
4. оберегать и укреплять эти позиции

## ***ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ***

## ***по дисциплине «Стратегический менеджмент»***

1. Стратегическое управление, его особенности и отличия.
2. Цели стратегического управления предприятиями.
3. Стратегические бизнес-планы и программы. Порядок и осо­бенности разработки применительно к основным видам хозяйствен­ных предприятий России.
4. SWОТ-анализ в стратегическом менеджменте. Применение в условиях рынка России.
5. Экономический потенциал предприятий. Виды и методы оп­ределения.
6. Стратегические резервы и ресурсы предприятий. Подходы к оценке.
7. Конкурентные преимущества предприятий в условиях рынка России. Методы оценки.
8. Внутриотраслевая конкуренция в условиях рынка России (с примерами анализа)
9. Внешние силы конкуренции и оценка положения предпри­ятий на рынке России.
10. Матрица Бостонской консультационной группы и ее применение в стратегическом менеджменте в условиях России (с примерами).
11. .SWOT-прогноз стратегического спроса на продукцию предприятия
12. Стратегические группы конкурентов на отраслевом рынке
13. Основные стратегии и их применение в условиях рынка России.
14. Стратегия диверсификации (с примерами применения в России)
15. Стратегии фокусирования (с примерами применения в Рос­сии)
16. Стратегия синергизма (с примерами применения в России)
17. Стратегии предприятий в на максимальной стадии подъема (с примерами применения в России)
18. Стратегия первопроходца (с примерами применения в России)
19. Стратегии рыночных реформ России (пенсионной, жилищ­но-коммунальной, земельной, образования, железнодорожного транс­порта, вступления в ВТО и др.)
20. Стратегии глобализации и Россия.

##

## ***Требования к рефератам***

 **Реферат** - письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы, анализ научной литературы по теме. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

### Последовательность работы

1. **Выбор темы исследования.**
Тема реферата выбирается студентом по коду зачетной книжки и (или) на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.
2. **Планирование исследования.**
Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы:
	* выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата;
	* сбор и изучение исходного материала, поиск литературы;
	* анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы;
	* сообщение о предварительных результатах исследования;
	* литературное оформление исследовательской проблемы;
	* обсуждение работы (на семинаре, в студенческом научном обществе, на конференции и т.п.).

**План реферата** характеризует его содержание и структуру. Он **должен включать в себя**:

* + введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования;
	+ основную часть, в которой раскрывается содержание проблемы;
	+ заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.
1. **Поиск и изучение литературы.**
Для поиска необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или за консультацией к преподавателю.
Подобранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.
Подобранная литература изучается в следующем порядке:
	* знакомство с литературой, просмотр ее и выборочное чтение с целью общего представления проблемы и структуры будущей научной работы;
	* исследование необходимых источников, сплошное чтение отдельных работ, их изучение, конспектирование необходимого материала (при конспектировании необходимо указывать автора, название работы, место издания, издательство, год издания, страницу);
	* обращение к литературе для дополнений и уточнений на этапе написания реферата.
	Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме.
	При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.
2. **Обработка материала.**
При обработке полученного материала автор должен:
	* систематизировать его по разделам;
	* выдвинуть и обосновать свои гипотезы;
	* определить свою позицию по рассматриваемой проблеме;
	* уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы;
	* сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования;
	* окончательно уточнить структуру реферата.
3. **Оформление реферата.**
При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил:
	* Выражать сущность проблемы;
	* Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод);
	* Отражать свою позицию, пропагандировать полученные результаты;
	* Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа выполняется на листах формата А4 (210\*297мм) с указанием порядка листов (сверху, по центру) и с соблюдением трафаретов (полей):

* + слева – 30 мм;
	+ справа – 10 мм;
	+ сверху – 20 мм;
	+ снизу – 25 мм.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана.

Образец титульного листа для работ студентов - [приложение 1](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B9%5CDesktop%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5CStrategicheskii_menedzhment._EHkzamen.doc#_Приложение_1).