

**ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ
по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии в АПК»
для магистрантов дневной формы обучения
специальностей 7-06-03311-01 Экономика,
7-06-0811-04 Аграрная экономика**

Модуль 1.

1. Если один участник ситуации движется к одной выгоде, а второй – к другой, речь идет о борьбе:

- 1) деловой 2) позиционной 3) ролевой 4) физической

2. Организация специализируется на смене автомобильных смазочных масел, но не предоставляет никаких услуг, связанных с ремонтом или технической поддержкой машин.

Источник стратегической позиции этой фирмы кроется в:

- 1) широкой номенклатуре 2) потребностях 3) доступе 4) видах деятельности

3. Формулирование конкурентной стратегии в отраслях с низким уровнем концентрации ведется в последовательности:

- а) определить причины низкой концентрации отрасли
б) отыскать наилучшую альтернативу приспособления к слабой концентрации в отрасли
в) определить альтернативы преодоления слабой концентрации отрасли
г) определить структуру отрасли и позиции конкурентов
д) отыскать возможную позицию фирмы, чтобы преодолеть слабую концентрацию

Варианты:

- 1) а, б, г, д, в 2) в, а, г, д, б 3) б, в, г, д, а 4) г, а, в, д, б

4. Характеристики отрасли – высокие транспортные расходы, низкие барьеры вхождения, - обуславливают применение стратегии: «создание производственных единиц «по формуле». Это позволяет типологизировать отрасль как:

- 1) с низким уровнем концентрации 3) зрелую
2) новую 4) находящуюся в состоянии спада

5. Выберите вариант комбинации утверждений, наиболее полно описывающий нестандартные подходы к управлению многонациональным бизнесом в АПК:

- а) разнообразные цели финансовой деятельности в зарубежных дочерних организациях
б) представление о рыночных позициях в каждой стране как о взаимозависимых элементах портфеля, который следует увеличить или уменьшить в зависимости от прибыльности
в) создание производственных мощностей в странах с низкой стоимостью рабочей силы
г) ассортимент изделий продается на некоторых рынках по заниженным ценам
д) важнейшие инвестиционные проекты за рубежом с отдачей на вложенный капитал выше, чем внутри страны с «домашней базой»

Варианты:

- 1) а, б, в 2) б, в, д 3) в, г, д 4) а, б, г

6. «Caterpillar», производитель строительного оборудования, добился экономии на масштабах производства за счет унификации проектных решений. Нейтрализовать высокие транспортные расходы и государственные барьеры удалось путем организации местных сборочных производств и централизованным выпуском готовых модулей (моторов, трансмиссий). В целом это обеспечило уровень прибыльности выше среднего по отрасли.

В данном случае речь идет о:

- 1) факторах успеха 3) конкурентных преимуществах
2) превосходных отличиях 4) фокусе конкуренции

7. Какой атрибут не свойственен долгосрочному планированию?

- 1) оперирует главным образом приростными показателями
2) исходит из сугубо позитивного, оптимистичного варианта развития событий
3) доверие к прогнозам, точным методам и моделям воспроизводства и оценки хозяйственных тенденций
4) начинать работу над стратегией не с исходного состояния, а из образа желаемого будущего

8. Какой атрибут не свойственен стратегическому управлению?

- 1) рост не равен развитию
2) интеллектуальные и организационные ресурсы ценятся не ниже финансовых и технологических
3) впервые признаётся неизбежность кризисов

4) не из любого исходного состояния организации достижимо её желаемое будущее

Модуль 2.

1. Выберите вариант комбинации утверждений, наиболее полно раскрывающий содержание понятия «кластер» (промышленная группа).

- а) географические масштабы кластера могут варьировать от одного города или района до страны или даже ряда соседствующих стран;
- б) включают сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу;
- в) включают сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, осуществляющих совместную скоординированную деятельность;
- г) границы кластера достаточно легко определить воспользовавшись стандартными системами отраслевой классификации;
- д) в связи с тем, что части кластера часто относятся к разным традиционным категориям отрасли или сервиса, значительные кластеры могут распознаваться неправильно;
- е) государственные инвестиции, направленные на улучшение условий функционирования кластера, приносят пользу сразу многим фирмам, но создают лихорадочное перетекание выгод в другие отрасли, и поэтому могут деформировать рынок.

- 1) а, в, г, е
- 2) а, б, д
- 3) а, б, д, е
- 4) в, д, е

2. Организация, работающая на рынке молочной продукции, приобрела новейшую технологию производства, наняла квалифицированных работников, обучила их, добилась высокой дисциплины сотрудников, хорошо поставила управленческий учет. В данном случае речь идет о:

Варианты:

- 1) факторах успеха
- 2) превосходных отличиях
- 3) конкурентных преимуществах
- 4) фокусе конкуренции

3. Мы имеем дело с картой ценности, когда сравниваем:

- а) экономию потребителя с паритетом потребителя
- б) расходы потребителя с выгодами, воспринимаемыми потребителем
- в) экономию потребителя с ценовой надбавкой продавца
- г) ценовую надбавку продавца с его затратами на продажи

4. Известно, что стратегическая позиция организации не будет жизнеспособной, пока не существуют компромиссы по отношению к другим позициям. Они, в свою очередь, вызваны:

- а) несовместимостью одних видов деятельности другим
- б) различными приоритетными критериями сравнения потребителем товаров конкурентов
- в) несовместимостью факторов успеха с превосходными отличиями компании
- г) неспособностью компании устранить конкурентные упущения

5. Разработка стратегии преимущества в издержках ведется в последовательности:

- а) выделяются ключевые факторы издержек для каждого вида деятельности и описывается их взаимодействие;
- б) проверяем, насколько преимущества, полученные в результате реализации разработанной стратегии, являются устойчивыми;
- в) разрабатывается стратегия, ориентированная на сокращение издержек относительно конкурентов;
- г) строится цепочка создания стоимости компании и распределяются издержки между всеми видами деятельности по созданию стоимости в этой цепи;
- д) строится цепочка создания стоимости компании-конкурента, сравниваются наши позиции в отношении издержек, выявляются источники различий в динамике издержек обеих компаний;
- е) убеждаемся, что все усилия по сокращению издержек не угрожают дифференциации продуктов компании.

Варианты:

- а) д, г, в, а, б, е б) г, а, д, в, е, б в) а, д, г, е, в, б г) е, д, а, в, б, г

6. Какая составляющая ромба конкурентных преимуществ страны описана дважды?

- а) внутренний спрос обеспечивает компаниям более ясное или более раннее представление о возникновении потребностей покупателей;
- б) в стране присутствуют институты мирового уровня, создающие и затем работающие над обновлением специализированных факторов;
- в) политические ценности нации предвещают возникновение потребностей в других странах;
- г) в стране созданы «замкнутые» поставщики, полностью зависящие от внутренней промышленности и не обслуживающие иностранных конкурентов;
- д) в стране присутствуют сильные местные конкуренты.

Модуль 3.

1. Чем сильнее заинтересованность покупателей в разнообразных характеристиках предлагаемой продукции, тем сильнее конкурентное преимущество организации – это закономерность базовой стратегии:
 - а) дифференциации
 - б) преимущества в издержках
 - в) роста
 - г) фокусирования
2. Если в ходе реализации стратегии изменились внешние условия, то следует предпринять действия:
 - а) сформировать список резервистов и укомплектовать штат компании
 - б) разработать новый план и отслеживать ход его реализации
 - в) перечислить методы, которые применяли, и подумать над альтернативными вариантами
 - г) пересмотреть приоритеты и распределить ресурсы
3. «Получите альтернативные стратегии, оцените альтернативные стратегии» - шаги методики разработки стратегии:
 - а) последовательного приближения к стратегии
 - б) формального стратегического процесса
 - в) классической схемы разработки стратегии
 - г) модифицированной схемы разработки стратегии
4. Ход – помочь клиентам не только сократить затраты, но и увеличить объем продаж, повысить эффективность бизнеса в целом, - есть базовая стратегия:
 - а) дифференцирования
 - б) преимущества в издержках
 - в) нововведений
 - г) инновации спроса
5. Если производимый в отрасли продукт стандартен, характеристики товара отвечают требованиям всего круга покупателей, то предпочтительна базовая стратегия:
 - а) дифференцирования
 - б) преимущества в издержках
 - в) фокусирования
 - г) нововведений

СОСТАВИЛ доцент кафедры управления _____ А.М. Артеменко 01.09.2023
(подпись) (инициалы, фамилия) (дата)

Рассмотрен и утверждён на заседании кафедры управления 01.09.2023, протокол №1
Зав. кафедрой управления _____ О.М. Недюхина
(подпись) (инициалы, фамилия)