

ВОРОНЕЖСКИЙ ИНСТИТУТ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИИ – АНОО ВО

УТВЕРЖДАЮ
Председатель приемной комиссии
Ректор  И.Я. Львович
«22»  2016 г.



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ
ДЛЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ
ПОДГОТОВКИ МАГИСТРАТУРЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Воронеж 2016

Программа вступительных испытаний по дисциплине «Стратегический менеджмент» для абитуриентов, поступающих на программы магистратуры в 2017 году, составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом требований по направлениям подготовки бакалавриата..

№ п/п	Содержание программы
1	<p><u>Стратегические проблемы развития производства:</u></p> <p>Анализ ситуации в России переходного периода и синтез стратегических проблем вывода ее реального сектора экономики из системного кризиса;</p> <p>Генеральная цель разрешения стратегических проблем развития производства в современной России в условиях ее интеграции в мирохозяйственные связи.</p> <p>Основные пути достижения генеральной цели.</p>
2	<p><u>Формирование стратегических целей и стратегии предприятия:</u></p> <p>Безопасность и устойчивость развития – главная цель стратегического менеджмента.</p> <p>Формирование траектории антикризисного развития по форме хозяйствования 4С как способ достижения главной стратегической цели предприятия.</p> <p>Периоды жизненного цикла в развитии предприятия и принципы формирования частных стратегических целей его деятельности в различные периоды.</p> <p>Критерии оптимизации способов и средств достижения целей; принципы формирования стратегий развития, эксплуатации и конкурентной борьбы предприятия.</p> <p>Портфель стратегий предприятия и их содержания.</p>

3	<p><u>Стратегическое управление:</u></p> <p>Цели и задачи стратегического управления деятельностью и развитием предприятия.</p> <p>Способы и средства ситуационного, стратегического и оперативного управления деятельностью предприятия в различные периоды и этапы его жизненного цикла.</p> <p>Система обеспечения и поддержки стратегического управления.</p>
4	<p><u>Стратегический маркетинг:</u></p> <p>Ситуационный анализ и синтез стратегического видения стран, привлекательных для предпринимательской деятельности в них.</p> <p>Анализ уровня науки, техники и технологий в принимающих странах и синтез перспективных сфер, направлений и видов деятельности в них.</p> <p>Анализ конъюнктуры внешних и внутренних рынков принимающих стран, синтез перспективных сегментов и ниш рынков.</p> <p>Требования к конкурентоспособности предприятия и его продукции, ее видам, ассортименту, качеству, объемам и срокам поставок для продвижения на перспективные внешние и внутренние рынки.</p>
5	<p><u>Стратегический потенциал организации:</u></p> <p>Определение стратегического потенциала организации, его роль в обеспечении безопасности и устойчивости ее развития.</p> <p>Принципы формирования стратегического потенциала организации, включая: ее материально-техническое обеспечение; финансовую, научно-техническую и кадровую политики, информационный ресурс и службу безопасности.</p>

	Связи с общественностью и реклама как составляющие стратегического потенциала организации.
6	<p><u>Стратегия ВЭД:</u></p> <p>Коллективная безопасность и взаимовыгодное сотрудничество – главная цель ВЭД на современном этапе.</p> <p>Влияние уровня развития договаривающихся сторон на риски ВЭД.</p> <p>Стратегии ВЭД по отношению к странам с более высоким уровнем развития, в условиях стратегического паритета сторон и по отношению к странам с низким уровнем развития.</p>

Основные умения и навыки:

Абитуриенты должны показать знания основных вопросов, изученных в курсе стратегического менеджмента: стратегические проблемы развития производства; формирование стратегических целей и стратегии предприятия; стратегическое управление; стратегический маркетинг; стратегический потенциал организации; стратегия ВЭД.

Вступительное испытание для абитуриентов, поступающих на все направления подготовки и специальности проводится в форме тестирования. Время проведения вступительного испытания 3 часа(180 минут)

Образец вступительного испытания

1.

Работник нашего предприятия сообщил об изменении организационной структуры и стратегии через предприятия-конкурента. Недостатки информации:	
1	Не достоверная
2	Без грифа
3	Не ценная
4	Не своевременная

2.

Информация об открытии филиала конкурентом появилась в периодической печати после открытия филиала и была рассмотрена на собрании. Недостатки информации:	
1	Не в полном объеме
2	Не достоверная
3	Не ценная
4	Не своевременная

3.

Стратегическое решение для «Дойной коровы» в матрице БКГ:	
1	диверсификация
2	сокращение издержек
3	ликвидация
4	концентрированный рост

4.

Принадлежность фирмы «Интурист» и торгового дома «Детский мир» к одной корпорации – это пример стратегии:	
1	«снятия сливок»
2	развития продукта
3	дифференциации
4	вертикальной интеграции

5.

ЗАО «Кристалл». Выпускает акции. Вложение в производство. Продажи отсутствуют. На какой стадии жизненного цикла находится данная организация:	
1	Зарождение
2	Спад
3	Зрелость
4	Ликвидация

6.

На каком этапе жизненного цикла, как правило, находится товар «Дойная корова» согласно концепции Бостонской консультативной группы?	
1	зарождение спроса
2	умирания
3	роста
4	зрелости

7.

Стратегия концентрированного роста:	
1	основана на возможности предприятия за пределами основной деятельности
2	все перечисленное верно
3	предусматривает рост по отношению к производственной цепочке или относительно основной деятельности предприятие
4	предусматривает рост по отношению к базовому рынку

8.

Цель предприятия — это:	
1	долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы его деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, а также позиции предприятия в окружающей среде, приводящее предприятие к его целям
2	желаемое состояние предприятия (либо его отдельных подсистем) или результат его деятельности, достижимый в пределах некоторого интервала времени
3	план долгосрочных действий предприятия по достижению конкретных долгосрочных целей
4	философия предприятия, его предназначение, смысл существования

9.

Найдите определение товарно-дифференцированного маркетинга	
1	верного ответа нет
2	когда производитель стремится разграничить различные группы потребителей, составляющих рынок, и разработать соответствующие товары и комплексы маркетинга для каждого целевого рынка
3	когда предприятие принимает решение о массовом производстве одного товара, его массовом распространении и пытается привлечь к нему внимание покупателей всех возможных групп
4	когда предприятие планирует производить два и более товаров с разными свойствами, в разном оформлении, разного качества, в разной расфасовке с целью предложить рынку большее видовое разнообразие товара по сравнению с конкурентами

10.

Какая матрица основана на оценке следующих параметров: сильные и слабые стороны фирмы, возможности и угрозы со стороны внешней среды.	
1	матрица Ансоффа
2	матрица направлений политики
3	SWOT матрица
4	Бостонской консалтинговой группы

11.

Информация об объеме продаж предприятий конкурента получена путем проведения наблюдений за точками реализации товаров конкурента. В исследовании участвовало 1000 человек. Информация имеет недостаток:	
1	Не своевременна
2	Экономически не эффективно
3	Не надежна
4	Малоценна

12.

Фирма предполагает производство новых товаров, которые для предприятия являются совершенно новыми и не имеют технического и коммерческого отношения к продукции, которую оно производит в настоящее время. Речь идет о:	
1	стратегии поглощения
2	стратегии горизонтальной диверсификации
3	стратегии вертикальной диверсификации

4	стратегии концентрической диверсификации
---	--

13.

С какой процедуры целесообразно начать стратегическое планирование на предприятии ?

1	Анализ перспектив фирмы
2	Выбор конкурентной стратегии
3	SWOT-анализ
4	Анализ путей диверсификации

14.

Что такое миссия предприятия?

1	Это совокупность перспективных планов, которые необходимо выполнить, чтобы достичь поставленных целей
2	Это ключевые результаты, к которым стремится предприятие в своей деятельности
3	Это концепция бизнеса, где кратко изложено главное предназначение предприятия на достаточно длительную перспективу его существования
4	Это совокупность ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия

15.

Что такое миссия предприятия?

1	Это совокупность перспективных планов, которые необходимо выполнить, чтобы достичь поставленных целей
2	Это ключевые результаты, к которым стремится предприятие в своей деятельности
3	Это концепция бизнеса, где кратко изложено главное предназначение предприятия на достаточно длительную перспективу его существования
4	Это совокупность ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия

16.

Признаком отрицательного синергетического эффекта является:

17.

SMART-анализ целей — это:

18.

Темпы инфляции в 2010 составили 18%. Фактор относится к типу:

19.

Кооператив “Беруна”. Прибыль отрицательна. Продажи снижаются. Затраты на производство снижаются. На какой стадии жизненного цикла находится данная организация:

20.

ОАО “Бриллиант”. Прибыль не растет. Вложение в производство не значительно. Продажи не растут. На какой стадии жизненного цикла находится данная организация:

21.

ЗАО “Кристалл”. Выпускает акции. Вложение в производство. Продажи отсутствуют. На какой стадии жизненного цикла находится данная организация:

22.

На каком этапе жизненного цикла, как правило, находится товар «Дойная корова» согласно концепции Бостонской консультативной группы?

23.

SMART-анализ целей — это:

24.

Признаком отрицательного синергетического эффекта является:

25.

Стратегическое решение для «Дойной коровы» в матрице БКГ:

Критерии оценивания ответов поступающих

Правильное решение каждой из задач 1 - 15 оценивается в три балла. Правильное решение задач 16, 17, 18 оценивается в 4 балла, задач 19, 20, 21 – в 5 баллов, задач 22 и 23 – в 6 баллов, задач 24 и 25 – в 8 баллов. Итоговая оценка проводится по 100 – балльной шкале.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стратегический менеджмент: Учебник/ Под ред. А.Н. Петрова СПб.: Питер 2010г. 496с. *Рекомендовано УМО*
2. Харченко, В.Л. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Харченко В.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет "Синергия", 2012.— 384 с.
3. Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: Учебник. М.: ИНФРА-М 2005г. 237с. *Рекомендовано УМО*
4. Теория менеджмента: Учебник/Под ред. А.М. Лялина СПб.: Питер 2009г. 464с. *Рекомендовано УМО*
5. Прокопчук Л.О. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. СПб.: Изд-во Михайлова 2004г. 511с. *Рекомендовано УМО*
6. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузнецов Б.Т.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 624 с.
7. Глумаков В.Н., Максимцов М.М., Малышев Н.И. Стратегический менеджмент: Практикум: Учебное пособие. М.: Вузовский учебник 2006г. 187с. *Рекомендовано УМО*
8. Семенов А.К. Стратегический менеджмент: Практикум. М.: Дашков и К 2003г. 151с.
9. Экономика предприятия. Толковый словарь. М.: Весь мир 1997г. 112с.
10. Экономический словарь/ Под ред. А.Н. Азрилияна. М.: Институт новой экономики. 2007г. 1152с