

1. Направления предпринимательства, отрасли экономики, участие в которых представляется участникам рынка наиболее важным для обеспечения их профессиональной жизнедеятельности, называются ... Тип ответа: Одиночный выбор

стратегической областью бизнеса

стратегической сферой конкуренции

стратегическим полем конкурентных действий

стратегическим пространством предпринимательства

2. Если конкурентная операция является целесообразной и выполнимой, то она признается ...

главной

фронтальной

подходящей

симметричной

3. Понятие и виды недобросовестной конкуренции устанавливает Федеральный закон РФ ... Тип ответа: Одиночный выбор

«Об акционерных обществах»

«О защите конкуренции»

«О товарных биржах и биржевой торговле»

«О рекламе»

4. Монопольной позицией может обладать ... Тип ответа: Одиночный выбор

только крупное предприятие

только среднее предприятие

только малое предприятие

любое предприятие, независимо от размеров

5. Целостная система непосредственного взаимодействия участников рынка с соперниками для решения фиксированного круга задач по выдерживанию конкуренции и обеспечению превосходства над соперниками в конкретном периоде – это ... Тип ответа: Одиночный выбор

стратегия конкуренции

тактика конкуренции

конкурентная ситуация

конкурентная борьба

6. Ключевые факторы успеха – это ...

базовые предпринимательские практики в отрасли, характерные для всех конкурентоспособных участников рынка

определяющие, главные конкурентные преимущества, благодаря которым фирма добивается успеха, несмотря на наличие слабых сторон и конкурентных недостатков

факторы, способствующие успеху компании в области производства и продажи своих товаров (услуг, работ)

7. Под недобросовестными конкурентными действиями понимаются действия, запрещенные ... Тип ответа: Одиночный выбор

только национальным законодательством (на федеральном уровне)

только международным законодательством (на уровне Всемирной торговой организации (ВТО))

как национальным, так и международным законодательством

только национальным законодательством (на уровне субъектов Федерации)

8. Участники рынка соперничают...

только с прямыми конкурентами

только с конкурентами и органами государственной власти и управления

только с конкурентами и партнерами в совместном бизнесе

со всеми представителями конкурентного окружения

9. Наивысшее состояние доминирующей конкурентной позиции субъекта предпринимательства – это ... Тип ответа: Одиночный выбор

монополия

полиполия

олигополия

олигархия

доминирование

10. Конкурентную стратегию простого обособления чаще всего применяют субъекты ... бизнеса Тип ответа: Одиночный выбор

крупного

среднего

малого

11. В качестве сторон тактических конкурентных диспозиций рассматриваются ... Тип ответа: Одиночный выбор

основные соперника

все соперники

более слабые соперники

соперники, с которыми планируется взаимодействие

12. Лидеры компаний персонифицируют конкуренцию между субъектами предпринимательства, придавая ей неповторимое индивидуальное своеобразие, которое включает ...

уровень их личной конкурентоспособности и профессиональной квалификации в сфере совершения ими лично конкурентных действий

совокупность личностных способностей и профессионально значимых качеств, используемых в конкуренции

конкурентные стратегии и тактики конкурентных действий фирмы

личностные поведенческие стили конкурентного поведения и обусловленные ими стили выполнения участниками рынка конкурентных действий

личностную конкурентную мотивацию и самомотивацию

13. Разведение участников рынка по весовым категориям на основе их размеров дает возможность ... Тип ответа: Одиночный выбор

определить степень конкурентоспособности каждого из них

определить их отраслевой статус

сгруппировать их в соответствии с количественными масштабами их бизнеса

определить уровень результативности их бизнеса

14. Неверно, что конкурентные ситуации могут быть ...

многосторонними

двусторонними

сменяющимися

односторонними

15. Основу российского национального антимонопольного законодательства составляет Федеральный закон «...»

- О естественных монополиях
- О защите прав потребителей
- О защите конкуренции
- О рекламе

16. Выберите верный порядок конкурентных ситуаций:

- 1 миттельшпиль
- 2 эндшпиль
- 3 дебют
- 3,1,2

17. При подготовке участниками рынка конкурентных действий анализ ранее занятых конкурентных позиций приобретает важное значение при рассмотрении их в качестве ...

- конкурентного преимущества
- фактических результатов
- конкуренции в предыдущий период
- ресурса будущей деятельности
- ключевого фактора успеха

18. Моделирование тактики конкурентных действий проводится в процессе ...

- прогнозирования конкурентных действий
- разработки стратегии конкурентных действий
- оценки качества конкурентных действий
- обеспечения мотивации сотрудников

19. Конъюнктура конкурентных ситуаций – это ...

- соотношение спроса и предложения одноименной продукции
- разные соотношения факторов развития экономики в народнохозяйственном или региональном масштабе

фактическая расстановка конкурентных сил в течение определенного периода времени между ситуационными соперниками

ситуационное соотношение спроса и предложения на национальную валюту

20. Контрнаступление является ...

самостоятельным видом конкурентных действий

разновидностью наступления

разновидностью отступления

разновидностью обороны

21. Отношения, включающие в себя элементы конкуренции и сотрудничества, – это ...

кооперация

конкуренция

коэволюция

кооптация

22. Негативно оценивается потребителями, поставщиками, партнерами по бизнесу стратегия ...

Кооперации

монополизации

обособления

интеграции

компромисса

22. Независимая оценка бизнеса участников рынка в России осуществляется ...

самим хозяйствующим субъектом

специализированными экспертными организациями

Федеральной антимонопольной службой

Министерством экономического развития РФ

23. Усиленное воздействие лидеров компаний на самих себя, чтобы заставить себя выполнять необходимые и неотложные действия в процессе конкуренции, – это ...

конкурентная самомотивация

селф-менеджмент

личной конкурентоспособности

личная конкурентоспособность

рациональная мотивация

24. Главным оружием компаний-инноваторов являются ... методы конкуренции

юридические

в большинстве своем неценовые

в равной степени как ценовые, так и неценовые

в большинстве своем ценовые

25. Недобросовестно могут себя вести на рынке ...

только крупные корпорации

только доминирующие субъекты

только государственные органы

только индивидуальные предприниматели

любые фирмы

только малые предприятия

26. Участники рынка соперничают с потенциальными работниками за ...

выгодные условия вхождения в предпринимательские альянсы

степень влияния на ведение и развитие общего бизнеса

выгодные условия контрактов, подходящие цены и приемлемое качество товаров (услуг, работ)

обеспечение более выгодных условий трудовых контрактов в процессе их обсуждения и заключения

приемлемые нормативные документы, регламентирующие занятие предпринимательством

27. Операция, которая усиливает захваты, занятия свободных ниш, завлечения и прорывы, а также расширяет их возможности, – это ...

окружение соперника

блокада противника

прорыв на занятые секторы/сегменты или локальные (местные) уровни рынка
разрушение конкурентного потенциала соперника

28. Профессиональные компетенции, способности, профессионально значимые качества включают ... Тип ответа: Одиночный выбор

личную конкурентную силу

личный конкурентный потенциал

личную конкурентную компетентность

совокупность всех человеческих ресурсов фирмы

29. Система конкурентных действий, применяемых фирмами в течение тактического периода конкуренции, называется ... Тип ответа: Одиночный выбор

тактической моделью конкурентных действий

тактической мотивацией конкурентных действий

тактическим потенциалом фирмы

тактическим результатом конкурентных действий

30. Выберите верный порядок конкурентных ситуаций:

1 дебют

2 миттельшпиль

3 эндшпиль

1 дебют	+
2 миттельшпиль	+
3 эндшпиль	+

31. Контрнаступление является ... Тип ответа: Одиночный выбор

самостоятельным видом конкурентных действий

разновидностью отступления

разновидностью наступления

разновидностью обороны

32. Против нежелательных соперников применяется модель ... обороны Тип ответа: Одиночный выбор

превентивной

глухой

пассивной

активной

33. Планы взаимного расположения с конкурентами, а также вытекающие из нее директивы и регламенты, содержащие подробные описания производимых конкурентных действий, определяются как ...

тактическая диспозиция

тактическая карта конкуренции

тактика конкурентной борьбы

поле тактических конкурентных действий

34. Ситуационная диспозиция – это ... Тип ответа: Одиночный выбор

положение конкурентов в ситуации относительно друг друга

стратегические взаимоотношения прямых конкурентов

оценка тактических позиции прямых конкурентов

положение прямых ситуационных конкурентов относительно позиций своих партнеров и клиентов

35. ... имеет краткосрочный характер, производится в конфронтационной манере и осуществляется как передышка в обороне Тип ответа: Одиночный выбор

Наступление

Отступление

Контрнаступление

Самоизоляция

36. Тактические операции, которые применяются субъектами предпринимательства в информационном пространстве конкуренции для того, чтобы создать возможности искусственного запутывания соперников, сбивания их с толку, создания искусственных помех и преград их действиям, называются тактическими ...

моделями

стратегиями

финтами

ловушками

хитростями

37. ... – это стремительное и внезапное для соперников применение конкурентных действий

Конкурентный наезд

Конкурентный прессинг

Конкурентный штурм

Конкурентная атака

38. Отступление, после которого участники рынка не возвращаются в покидаемое ими направление предпринимательской деятельности, называется ...

окончательным

частичным

фронтальным

полным

39. Операция, которая может состоять в понижении цен ниже среднерыночного уровня или цен конкурентов для привлечения потребителей и партнеров новым стабильным конкурентным преимуществом, – это ...

атака с последовательным применением новых ресурсов

ценовая интервенция

атака с ходу

продуктовая интервенция

40. Ведение своего бизнеса под чужим именем определяется как ...

паразитическая конкуренция

дезорганизация деятельности

картель

прямая дискредитация конкурентов

41. Фирмы-сателлиты – это фирмы, которые ...

имитируют полноценный бизнес

выпускают товары-заменители

участвуют в конкуренции

оформляют сделки

42. Ответственность, добросовестность и законопослушность фирмы при выполнении ею социальных обязательств характеризуют ее ... ценность

общественную

конкурентную

потребительскую

функциональную

43. Участники рынка добиваются дезориентации соперников, желающих получить сведения по поводу их тактических и стратегических планов, потенциала и предпринимаемых действий, вследствие чего те могут попадать в разные ловушки, с помощью ...

тактических головоломок

тактических уловок

дозирования информации

тактических ловушек

тактических финтов

44. Объектами операционного маневрирования являются ...

конкурентные операции

тактические модели

стратегии конкуренции

конкурентные позиции

45. Эшелонированный прессинг является тактической моделью ... обороны

активной

допустимой

превентивной

смешанной

46. ... состоит в экспертизе и оценивании перспектив развития разных отраслей, потенциала доходности работы в них, способов преодоления разных отраслевых барьеров

Анализ макроэкономических трендов

Конкурентный анализ прямых поставщиков, посредников и потребителей

Региональный и страноведческий конкурентный анализ

Отраслевой конкурентный анализ

47. ... информирование предполагает применение участниками рынка перерывов в информировании окружения и использование информационных гэпов (разрывов в информационных потоках)

Дискретное

Имитационное

Стратегическое

Неполное

48. Принцип Н. Макиавелли гласит: «Соперники должны ...»

быть уничтожены

быть использованы или нейтрализованы

стать друзьями

быть выведены за пределы конкурентного поля

нам денег

49. Долговременное противостояние участников рынка конкурентам для того чтобы держать их в постоянном напряжении – это ...

конкурентное давление

конкурентные помехи

конкурентные удары

конкурентные преграды

уклонение от контактирования с соперниками

50. В тактический период непосредственного взаимодействия фирм включается ... фирм Тип ответа: Одиночный выбор

однократное соперничество

многократное соперничество

долгосрочное соперничество

отраслевая конкурентная борьба

51. Отсутствие адресных реакций на деятельность одних конкурентов при сосредоточении внимания на других – это конкурентное ...

бездействие

уклонение

действие

воздействие

взаимодействие

52. Принцип полистратегической дифференциации конкурентных действий состоит в том, что по отношению к ...

разным конкурентам фирма реализует разные стратегии конкурентных действий

одному и тому же конкуренту фирма реализует единую стратегию конкурентных действий

разным конкурентам фирма реализует единую стратегию конкурентных действий

одному и тому же конкуренту фирма реализует разные стратегии конкурентных действий

53. Российский Федеральный закон «...» устанавливает понятие и виды недобросовестной конкуренции

рекламе

товарных биржах и биржевой торговле

защите конкуренции

Об акционерных обществах

54. Антимонопольное законодательство как отдельная отрасль права возникла в ...

VII в.

XIX в.

VIII в.

XX в

55. Конкурентный аудит (в том числе конкурентный анализ) предусматривает в современном предпринимательстве исследование конкурентных действий ... конкуренции

на стратегическом, тактическом и ситуационном уровнях

только на ситуационном уровне

только на стратегическом уровне

только на тактическом и ситуационном уровнях

только на тактическом уровне

только на стратегическом и тактическом уровнях

56. Тактическая приманка в конкуренции – это ...

конкурентные ресурсы фирмы

специально распространяемая информация

информационная блокада конкурента

невероятная информация

частичная правда

57. Соперничество фирм, связанных между собой цепочкой ценностей, определяется как ... конкуренция

отраслевая

межотраслевая

продуктовая

межпродуктовая

58. Конкурентную функцию выполняют ...

все фирмы – участники рынка

только фирмы в розничной торговле потребительскими товарами

только фирмы, осуществляющие массовое производство товаров

только фирмы – лидеры рынка

только фирмы-инноваторы

59. «Не проиграть ситуацию» означает ...

занять доминирующую позицию

достичь стратегического компромисса

выдержать конкурентные действия соперника

подготовить противодействие конкурентам

60. Соперничество в информационном пространстве относится к ... методам конкуренции

ценовым

стратегическим

игровым

неценовым

61. Персональная способность людей к выполнению результативных, успешных конкурентных действий – это ... конкурентоспособность

личная

потенциальная

фактическая

формальная

62. Результатами проведенного конкурентного анализа являются конкурентные ... преимуществ

оценки

действия

стратегии

63. Более сильным влиянием на окружение располагает фирма, ...

имеющая большую прибыль по итогам финансового года

больше денег инвестирующая в маркетинг и научно-исследовательские и опытноконструкторские работы (НИОКР)

обладающая большей долей рынка

располагающая лучшими компетенциями обеспечения конкурентоспособности

64. С точки зрения жизненного цикла фирмы конкурентные позиции делятся на ...

относительные и абсолютные

совместные, нейтральные и боевые

стартовые, устойчивые и финишные

сильные, средние и слабые

65. Рынки, на которых коэффициенты принимают значения $45\% < CR < 70\%$, $1000 < HHI < 2000$, относятся к рынкам ... уровня концентрации

Высокого

умеренного

среднего

малого

монопольного

низкого

66. Союзы фирм, которые полностью утрачивают самостоятельность в сфере сбыта произведенной продукции, но сохраняют самостоятельность в сфере ее производства, – это ...

стратегический альянс

синдикат

пул

картель

клуб

конгломерат

67. Соотношение конкурентных сил на рынке между разными его участниками называют ... конкурентных сил

балансом

сочетанием

расстановкой

наличием

паритетом

68. Понятие «конкурентные преимущества» было впервые научно обосновано ...

А. Смитом

Д. Рикардо

М. Портером

А. Стриклендом

И. Ансоффом

69. С помощью коэффициента ... определяется степень монопольной власти на рынке

энтропии

Линда

Лернера

рыночной концентрации

Розенблюта

70. Управлением тактическими конкурентными операциями занимается ...

ситуационный менеджмент

операционный менеджмент

конкурентная разведка

конкурентное позиционирование

71. Оборонительные конкурентные действия, которые предпринимаются впрок, относятся к тактике ... обороны

пассивной

глухой

активной

превентивной

72. Одновременная фронтальная атака на позиции всех представителей конкурентной среды, сразу по всем направлениям конкуренции (продуктовому, межпродуктовому, отраслевому, межотраслевому), является тактикой ... наступления

тотального

концентрированного

двойного скрытного

флангового

73. Стратегия... базируется на сотрудничестве с конкурентами и совместных с ними действиях в отношении общих соперников

сильного интегратора

компромисса с конкурентами

кооперации с конкурентами

монополизации
слабого интегратора

74. Тактика второго хода реализуется в моделях ...

Оборонительного реагирования

бездействия
наступления
самоизоляции

75. Составление конкурентной карты рынка опирается на...

определение сильных и слабых сторон партнеров по бизнесу
определение сильных и слабых сторон конкурентов

определение конкурентных позиций участников рынка

76. Тактикой первого шага является ...

тактика отплевания
наступательная тактика
оборонительная тактика
тактика контрнаступления

77. Распределение распространяемых сведений по группам и предоставление их окружению не в полном объеме, а только лишь в объеме отдельных групп информации... - это...

введение в заблуждение
дозирование информации
тактический финт
тактическая ловушка

78. Конкурентные стратегии разрабатываются ...

всеми прямыми отраслевыми конкурентами совместно
только коммерческими организациями
исключительно индивидуальными предпринимателями

самими участниками рынка либо по их поручению специализированными консалтинговыми агентствами

органами власти и предпринимательскими структурами

79. Методы конкурентных действий по способу совершения бывают ...

объективными и субъективными

теоретическими и практическими

общими и частными

ценовыми и неценовыми

абсолютными и относительными

80. Проскальзывание мимо конкурента – это специфическая модель тактики

... наступления

скрытого

флангового

тотального

форсированного

81. Стратегии конкуренции организационно реализуются с помощью ...

стратегических мотивационных моделей

стратегических маневров

мер стратегического контроля

стратегических планов конкурентных действий

стратегических организационных сценариев взаимодействия участников рынка с соперниками

82. Под рыночной долей фирмы понимается ... одноименного товара

рентабельность

объем продаж в текущих ценах

объем продаж в сопоставимых ценах

83. Конкретное положение, которое фирмы занимают в конкурентной среде по отношению к конкурентам и другому окружению в процессе их профессиональной деятельности по управлению собственным бизнесом, – это ...

конкурентная стратегия

конкурентоспособность

конкурентная позиция

конкурентная сила

конкурентный потенциал

84. Эндшпиль – это ...

креативность конкурентов

особая ситуация

начало тактического действия

завершающий эпизод тактического взаимодействия

85. Неверно, что ко внешним атрибутам бизнеса относится ...

дизайн

бренд бизнеса

фасад

упаковка

позиция

витрина

86. Первым в научный оборот ввел категорию «конкурентный статус фирмы» ...

И. Ансофф

М. Портер

П. Друкер

Ф. Котлер

87. Единоразовые, кратковременные конкурентные действия участников рынка – это ...

конкурентные удары

уклонение от контактирования с соперниками

конкурентные помехи

конкурентное давление

заключение соглашений о взаимном признании или о совместных действиях

конкурентные преграды

88. В основе конкуренции между сторонами чаще всего лежит ...

случайное стечение обстоятельств

партнерство сторон

конфликт интересов сторон

наличие общих целей и задач сторон

период времени, необходимый фирме для совершения одного тактически значимого конкурентного действия

89. Демонстрация правдоподобных образов участников рынка (вызывающих определенные и положительные ассоциации) взамен их правдивых образов, которые могут быть не очень привлекательными, характеризует применение ...

тактических хитростей

тактических ловушек

тактических моделей

тактических финтов

тактических уловок

дозирования информации

90. Тактическое воздействие на конкурентов «в лоб» характеризует модель ... наступления

форсированного

флангового

фронтального

двойного

91. Тактику тотального наступления при реализации стратегии применяют участники рынка, ...

которые значительно уступают сопернику

находящиеся на одном уровне с соперником

которые не только уверены в своих конкурентных силах, но и объективно намного превосходят всех своих соперников

незначительно превосходящие соперников

92. Понятие «конкурентные действия» было впервые рассмотрено ...

А. Смитом

Д. Рикардо

М. Портером

А. Стриклендом

И. Ансоффом

93. Управления своими действиями в условиях конъюнктуры определенной конкурентной ситуации – это цель ...

маркетинг-менеджмента фирмы

ситуационного менеджмента конкурентных действий

менеджмента тактических моделей конкурентных действий

стратегического менеджмента фирмы

94. Участники рынка покидают только отдельное тактическое конкурентное поле, стараясь сохранить присутствие на других конкурентных полях, при ... отступлении

окончательном

частичном

полном

фронтальном

95. Стратегия ... нацелена на превращение конкурента в собственное структурное подразделение

сильного интегратора

кооперации с конкурентом

слабого интегратора

дезинтеграции

монополизации

кооперации с конкурентами

96. Тактические соперники, в отношении которых можно рассчитывать на успешные оборонительные действия, признаются ...

допустимыми

косвенными

прямыми

непримиримыми

97. Операция, которая представляет собой наступление в неосновных секторах/сегментах рынка, работа соперников в которых не нашла широкого признания у потребителей их товаров/услуг/работ, а сами соперники не смогли приобрести устойчиво позитивной репутации, – это ...

обход конкурента

прямая фланговая атака

переключение конкурента

проскальзывание мимо конкурента

98. Стратегическое пространство конкуренции состоит из совокупности стратегических ...

пространств бизнеса

областей конкуренции

областей бизнеса

полей конкуренции

99. Американский тип антимонопольного законодательства предусматривает несение виновными ... ответственности

только административной

только финансовой

только административной и уголовной

административной, финансовой и уголовной

100. Неверно, что тактика конкурентных действий имеет ...

документальное закрепление конкурентных действий (формальные границы)

фиксированный период решения (временные границы)

четко очерченный предмет интереса (содержательные границы)

конкретный состав участников (адресные границы)

101. ... применяются участниками рынка без использования основных конкурентных ресурсов

Выжидательные маневры

Маневры лавирования

Тактические маневры

Тактические комбинации

102. Максимальное значение коэффициента Херфинделя-Хиршмана (ННІ) в условиях стопроцентной монополии равно ...

1000

2000

5000

10000

103. Конкурентная ситуация представляет собой ...

стратегию взаимодействия сторон

эпизод тактического конкурентного цикла

модель тактического согласия

любую ситуацию из жизни людей, в которой они конкурируют между собой

104. Явление ложной мотивации возникает, если ...

мотивы, имеющие тактическое значение, воспринимаются и расцениваются

участниками рынка как стратегические мотивы

сотрудники фирмы, тактически взаимодействуя с конкурентами от имени своей фирмы, не руководствуются стратегическими мотивами фирмы, предпочитая им личную мотивацию

отсутствие субординации одновременно применяемых конкурентных стратегий мешает фирме выстроить шкалу тактических мотивационных предпочтений

фирма скрывает истинные стратегические мотивы своих конкурентных действий и сообщает своим сотрудникам иные мотивы

105. Ситуационный торг может иметь место во время ...

дебюта

эндшпиля

миттельшпиля

любой стадии конкурентной ситуации

106 «Выиграть ситуацию» для участника рынка означает ...

получить прибыль

занять доминирующую позицию

получить общественное признание

добиться ситуационного превосходства

107. Конкурентные позиции, которые позволяют участникам рынка

оказывать сильное влияние на окружение, включая соперников, называются ...

абсолютными

доминирующими

устойчивыми

сильными

базовыми

финишными

108. Участники рынка соперничают с партнерами в общем бизнесе – соучредителями общих фирм с коллективным либо долевым участием – за ...

выгодные условия вхождения в предпринимательские альянсы

степень влияния на развитие общего бизнеса

выгодные условия контрактов, подходящие цены и приемлемое качество товаров/услуг/работ

обеспечение более выгодных условий трудовых контрактов в процессе их обсуждения и заключения

приемлемые нормативные документы, регламентирующие занятие предпринимательством

109. Стратегическое ядро бизнеса может представлять собой одно-единственное направление предпринимательства у ...

многопрофильного малого бизнеса

крупных вертикально интегрированных комплексов

крупного финансово-промышленного холдинга

малого бизнеса с нишевой специализацией

110. ... характер исполнения конкурентной функции заключается в самостоятельной разработке и внедрении участниками рынка в процесс ведения бизнеса и конкуренции серьезных новшеств, формирующих новые большие или меньшие тренды в бизнесе или в его элементах

Изобретательский

Нишевой

Гарантирующее-приспособленческий

Адаптационно-приспособленческий

111. Тактический период – это ...

период времени от определения фирмой тактически значимых ресурсов конкуренции до совершения тактически значимых конкурентных действий

строгая цикличная последовательность определенных, переходящих друг в друга тактически значимых конкурентных действий

единица измерения сроков применения участниками рынка той или иной тактики конкурентных действий

112. Конкурентоспособность проявляется в способности ...

взаимодействовать с соперниками

обеспечивать производство и реализацию товаров (услуг, работ)

вступать в конкуренцию на отдельном сегменте рынка

удерживать среднерыночные цены на свою продукцию

превосходить конкурентов и демонстрировать конкурентные преимущества

113. Поддержка государством тех или иных конкурентов в ущерб законным интересам других участников рынка оборачивается ...

формированием монополистической структуры рынка

созданием искусственных конкурентных преимуществ избранным участникам рынка повышением общего уровня интенсивности конкуренции на рынке

повышением потенциальной конкурентоспособности отечественного производителя

повышением фактической конкурентоспособности отечественного производителя

114. Неверно, что тактическое планирование включает в себя ...

определение подлежащих использованию тактических конкурентных ресурсов

определение тактических конкурентов

организационное обеспечение выполнения тактических конкурентных действий

планирование тактических конкурентных действий

формулирование тактических результатов конкуренции

115. Неверно, что тактический менеджмент конкурентных действий включает в себя ...

защиту конфиденциальных данных

моделирование тактики конкурентных действий

составление тактических конкурентных диспозиций сторон
прогнозирование тактических периодов конкуренции

116. Накрывание соперника является тактической моделью ...

пассивной обороны
активной обороны
контрнаступления
превентивной обороны

**117. Фронтальный заслон соперникам является тактической моделью...
обороны**

глухой
пассивной
активной
превентивной

118. Участники рынка соперничают с контрагентами за ...

приемлемые нормативные документы, регламентирующие занятие
предпринимательством

выгодные условия вхождения в предпринимательские альянсы

**выгодные условия контрактов, подходящие цены и приемлемое качество
товаров/услуг/работ**

обеспечение более выгодных условий трудовых контрактов в процессе их
обсуждения и заключения

степень влияния на ведение и развитие общего бизнеса

**119. Стратегия слабого интегратора является разновидностью стратегии,
направленной на ...**

обособление от конкурентов
выгодную сдачу позиций
сближение с конкурентами
устранение конкурентов

120. По отношению к стратегическим конкурентам, действия которых всегда нацелены против фирмы (и когда нет оснований предполагать обратное), в будущем следует применять стратегии, направленные на ...

- сближение с конкурентами
- выход с рынка
- обособление от конкурентов
- устранение конкурентов**

121. Интегральной оценкой конкурентных позиций участников рынка является ...

- место в рейтингах отраслевых средствах массовой информации (СМИ)
- размер фирмы
- доля продаж**
- коэффициент конкурентоспособности
- себестоимость продукции