

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

частичном

полном

фронтальном

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

...

Кооперации

монополизации

обособления

интеграции

компромисса

3. Учредительные документы фирм., хранящиеся в регистрационных палатах, относятся к...

открытой информации

закрытой информации

полузакрытой информации

специальной информации

4. Конкурентные стратегии разрабатываются ...

только коммерческими организациями

всеми прямыми отраслевыми конкурентами совместно

самими участниками рынка либо по их поручению специализированными

консалтинговыми агентствами

органами власти и предпринимательскими структурами

исключительно индивидуальными предпринимателями

5. Управление тактическими конкурентными операциями занимается ...

ситуационный менеджмент

операционный менеджмент

конкурентная разведка

конкурентное позиционирование

6. Разведение участников рынка по весовым категориям на основе их размеров дает возможность ...

определить степень конкурентоспособности каждого из них

определить их отраслевой статус

сгруппировать их в соответствии с количественными масштабами их бизнеса

определить уровень результативности их бизнеса

7. Цель конкурентной ... - в том, чтобы заставить свое окружение (партнеров, сотрудников, контрагентов, конечных потребителей, государство и общество) проникнуться интересами своей фирмы до такой степени чтобы действовать в соответствии с ними

конкурентной конвертации

конкурентной мобилизации

конкурентной мотивации

компетентности

8. Выберите верный порядок конкурентных ситуаций:

- 1 дебют
- 2 миттельшпиль
- 3 эндшпиль

Расставлено верно

9. Не проиграть ситуацию» означает ...

- занять доминирующую позицию
- достичь стратегического компромисса
- выдержать конкурентные действия соперника
- подготовить противодействие конкурентам

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

- форсированного
- флангового
- фронтального
- двойного

11. Конкурентная контрразведка может осуществляться ...

- только привлекаемыми неспециализированными фирмами
- специализированными фирмами, привлекаемыми неспециализированными фирмами, а также подразделениями фирм
- только специализированными фирмами
- только подразделениями фирм

12. Результатами проведенного конкурентного анализа являются конкурентные ...

- действия
- стратегии
- преимуществ
- оценки

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

- конкурентных сил
- сочетанием
- расстановкой
- балансом
- паритетом
- наличием

14. Объектами операционного маневрирования являются ...

- тактические модели
- конкурентные операции
- конкурентные позиции
- стратегии конкуренции

15. Против нежелательных соперников применяется модель ... обороны

- активной
- пассивной
- глухой

превентивной

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

высокого

умеренного

среднего

малого

монопольного

низкого

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

прогнозирования конкурентных действий

обеспечения мотивации сотрудников

оценки качества конкурентных действий

разработки стратегии конкурентных действий

18. Стратегии конкуренции организационно реализуются с помощью ...

стратегических организационных сценариев взаимодействия участников рынка с соперниками

стратегических маневров

стратегических мотивационных моделей

стратегических планов конкурентных действий

мер стратегического контроля

19. Стратегия слабого интегратора является разновидностью стратегии, направленной на ...

сближение с конкурентами

устранение конкурентов

обособление от конкурентов

выгодную сдачу позиций

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

любой стадии конкурентной ситуации

миттельшпиля

эндшпиля

дебюта

21. Фирмы-сателлиты - это фирмы, которые ...

оформляют сделки

выпускают товары-заменители

имитируют полноценный бизнес

участвуют в конкуренции

22. Все стратегии конкурентных действий, за исключением стратегии нацеливают

участников рынка на продолжение развития собственного бизнеса

кооперации с конкурентами

полного отступления

монополизации

простого обособления

23. 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

24. Контрнаступление является ...
самостоятельным видом конкурентных действий
разновидностью наступления
разновидностью отступления
разновидностью обороны

25. Независимая оценка бизнеса участников рынка в России осуществляется ...
самим хозяйствующим субъектом
специализированными экспертными организациями
Федеральной антимонопольной службой
Министерством экономического развития РФ

26. Интегральной оценкой конкурентных позиций участников рынка является ...
место в рейтингах отраслевых средствах массовой информации (СМИ)
размер фирмы
доля продаж
коэффициент конкурентоспособности
себестоимость продукции

27. Стратегическое пространство конкуренции состоит из совокупности стратегических ...
пространств бизнеса
областей конкуренции
областей бизнеса
полей конкуренции

28. Российский Федеральный закон «...» устанавливает понятие и виды недобросовестной конкуренции
О рекламе
О товарных биржах и биржевой торговле
О защите конкуренции
Об акционерных обществах

29. 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

30. Более сильным влиянием на окружение располагает фирма, ...
обладающая большей долей рынка
имеющая большую прибыль по итогам финансового года

располагающая лучшими компетенциями обеспечения конкурентоспособности больше денег инвестирующая в маркетинг и научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы

Конкуренция (Пересдача)

Количество вопросов
30 вопросов

Максимальная оценка
100

Максимально допустимое количество попыток
6

Осталось попыток
1

Максимальная длительность попытки
40 мин.

Идентификация

Статистика лучшей попытки прохождения теста

Попытки	Время начала	Длительность	Балл	Корректные ответы
1				
2				
3				
4				
5 (лучшая оценка)	22-09-2021		100	30 из 30