

**Питання до дифзаліку з дисципліни «ССРТ»
для студентів для студентів напряму підготовки
6.070106 “Автомобільний транспорт”**

1. Охарактеризуйте етапи планування.
2. Що таке «стратегія підприємства»? Чому немає одного чіткого визначенню терміну «стратегія підприємства».
3. Що таке стратегічне планування?
4. Опишіть фази (етапи) еволюції поняття «планування»
5. Опишіть (з прикладами) історичне походження слова «стратегія».
6. В чому полягає необхідність запозичення терміна з військового лексикону? Охарактеризуйте ретроспективу терміна «стратегія».
7. В чому полягає призначення стратегії для забезпечення ефективного функціонування підприємства? Як проявляється відсутність стратегії у підприємства?
8. Чого не дає стратегія для підприємства?
9. Хто перший і в якому контексті почав використовувати термін «стратегія» в економіці, бізнесі і коли?
10. Чому виникла необхідність розробки стратегій та стратегічного управління на підприємстві, першопричини цього?
11. Наведіть вдалий приклад розробки стратегії підприємством.
12. Чому немає одного чіткого визначенню терміну «стратегія підприємства».
13. Походження слова «стратегія» та як його використовували у військовій тематиці.
14. Чи потребує розроблена стратегія змін та доповнень у майбутньому, якщо «так», то чому?
15. Дайте визначення поняттю «стратегія» за Г. Мінцбергом (5П).
16. Наведіть ієрархію стратегій та опишіть її складові у для мультибізнесового (багатопротільного) підприємства.
17. Наведіть ієрархію стратегій та опишіть її складові у для однобізнесового (вужкопротільного) підприємства.
18. Що необхідно враховувати при розробці та обрані стратегії для конкретного підприємства?
19. Що таке зовнішнє середовище підприємства і що сюди відноситься?
20. Що таке внутрішнє середовище підприємства і що сюди відноситься?
21. Який існує зв'язок між корпоративною, діловою та функціональними стратегіями?
22. Що передбачає процес розробки стратегії на підприємстві.

23. Чим потрібно керуватися при організації стратегічного відділу на підприємстві чи створенні ініціативної команди по розробці стратегій на підприємстві?
24. Опишіть основні етапи розробки стратегії підприємства.
25. Поясніть чому отримання прибутку не може бути місією підприємства, а лише однією з цілей?
26. Види місій. Наведіть приклад місії підприємства.
27. Розкрийте взаємозв'язок стратегічного бачення, місії, цілей.
28. Чим відрізняється стратегічне бачення від місії підприємства.
29. Для чого керівництво підприємства розробляє корпоративну філософію, кредо і що вони дають в сучасній бізнес-практиці.
30. Що може охоплювати місія, яку інформацію містить вона для підприємства і зовнішнього середовища підприємства?
31. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу дизайну.
32. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу планування.
33. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу позиціонування.
34. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу підприємництва.
35. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) когнітивну школу.
36. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу навчання.
37. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу влади.
38. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу культури.
39. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу зовнішнього середовища.
40. Опишіть (згідно плану практичної роботи №2) школу конфігурації.
41. На які три групи і чому розділені всі школи стратегій.
 42. Яка різниця між номінальними і реальними цілями?
 43. Для чого необхідно ставити цілі на підприємстві?
 44. Класифікація цілей.
 45. Яких областей діяльності підприємства мають стосуватися цілі?
 46. Що відносять до прямих, а що до забезпечуючи цілей?
 47. Яким вимогам мають відповідати цілі?
 48. Що таке дерево цілей?
 49. Зобразіть у вигляді рисунка модель середовища організації.
 50. Які три середовища підприємства Ви знаєте? Їх визначення.
 51. Наведіть логіку вивчення середовища підприємства.
 52. Яким чином здійснюється пошук інформації про фактори середовища?
 53. Якими особливостями характеризується зовнішнє середовище підприємства?
 54. Наведіть фактори (елементи), які визначають зовнішнє середовище підприємства.

55. Наведіть фактори (елементи), які визначають проміжне середовище підприємства.
56. Наведіть фактори (елементи), які визначають внутрішнє середовище підприємства.
57. Хто з учасників проміжного середовища підприємства зацікавлений у вашому розвитку, а хто навпаки?
58. Які три найпопулярніші методи використовуються для аналізу середовищ підприємства і який метод можна використати для кожного середовища окремо?
59. Наведіть етапи аналізу галузі.
60. Що таке PEST-аналіз, для визначення якого середовища підприємства його використовують?
61. Дайте визначення SWOT-аналізу.
62. Дайте визначення окремих елементів SWOT-аналізу (сильні і слабкі сторони, можливості, загрози).
63. Охарактеризуйте поля(CiM, CiЗ, СлМ, СлЗ), що треба враховувати надалі в ході розробки стратегій чи напрямків подальшого розвитку підприємства.
64. Що таке діагностика внутрішнього середовища?
65. Які Ви знаєте джерела вихідних даних для вивчення внутрішнього середовища підприємства?
66. Які групи показників, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації, Ви знаєте?
67. Які показники, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації, відносяться до групи «Загальна характеристика підприємства»?
68. Які показники, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації, відносяться до групи «Фінанси»?
69. Які показники, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації, відносяться до групи «Маркетинг»?
70. Які показники, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації, відносяться до групи «Виробництво (техніка, технології)»?
71. Які показники, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації, відносяться до групи «Організація та управління»?
72. Які показники, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації, відносяться до групи «Персонал»?
73. По заданому варіанту зробити SWOT-аналіз (скласти базову матрицю (чотири квадранти: сильні, слабкі, можливості, загрози), знайти 3

співставляючі пари і записати результат їх взаємодії і на основі цього подальші стратегії чи кроки підприємства).

Викладач

Біліченко В.В.

Затверджено на засіданні кафедри АТМ

Протокол №__ від лютого 2015 р.

Зав.кафедри

Біліченко В.В.

Перезатверджено на зас. кафедри АТМ. Прот. №__ від _____ 201_р.

Перезатверджено на зас. кафедри АТМ. Прот. №__ від _____ 201_р.

Перезатверджено на зас. кафедри АТМ. Прот. №__ від _____ 201_р.

Перезатверджено на зас. кафедри АТМ. Прот. №__ від _____ 201_р.

Перезатверджено на зас. кафедри АТМ. Прот. №__ від _____ 201_р.

Перезатверджено на зас. кафедри АТМ. Прот. №__ від _____ 201_р.