

ФГБОУ ВО «ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Демонстрационный вариант тестовых заданий
для вступительных испытаний на направление подготовки магистратуры:
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ
(тест оценивается по 100 бальной шкале)

Раздел 1 Теория менеджмента

1. К последователям Тейлора в истории менеджмента не относят...
 - a. Маслоу.
 - b. Гилбрета.
 - c. Форда.
 - d. Ганнта

2. Основными средствами осуществления предварительного контроля в теории менеджмента не могут быть ...
 - a. Выявление нарушений и отклонений.
 - b. Контроль используемых материальных ресурсов.
 - c. Определение правил и процедур.
 - d. Анализ профессиональных знаний и навыков, необходимых для выполнения должностных обязанностей.

3. В менеджменте лидерство понимается как
 - a. Влияние авторитетом, уважением, признанием.
 - b. Поведение менеджера в конфликтной ситуации.
 - c. Потребность группы в неформальном управлении.
 - d. Возможность управления, опираясь на неформальные отношения.

4. В теории управленческих решений под термином «альтернатива» понимается...
 - a. Возможный или один из возможных, практически осуществимый способ разрешения проблемы.
 - b. Количественная или качественная величина, характеризующая объект управления.
 - c. Совокупность взаимосвязанных характеристик, принятых для описания объекта организационного управления и их установленные нормативные значения.
 - d. Формализованное описание желаемого состояния объекта организационного управления.

5. Под границами контроля в управлении следует понимать
 - a. Объем работ, за выполнение которых несет ответственность определенное лицо.
 - b. Количество функций, выполняемых руководителем.
 - c. Количество уровней управления в организационной структуре управления.
 - d. Число функциональных специалистов в структурном подразделении.

6. Согласно теории менеджмента основными элементами коммуникационного процесса являются..
 - a. Внешняя среда, отправитель, сообщение, получатель.
 - b. Отправитель, невербальная информация, канал, получатель.
 - c. – Организация, отправитель, сообщение, получатель.
 - d. Отправитель сообщение, канал, получатель

7. Распределение задач между отдельными подразделениями или работниками и установление взаимодействия между ними, определение порядка и условий функционирования фирмы.

- a. планирование;
 - b. организация;
 - c. координация;
 - d. контроль.
8. – это культура, вписывающаяся в ключевые ценности доминирующей культуры и имеющая отдельные, не конфликтующие ценности, выработанные отдельными подразделениями для себя.
- a. административная культура;
 - b. субкультура организации;
 - c. контркультура организации;
 - d. отраслевая культура.
9. – это общение, обмен мыслями, сведениями, идеями, передача того или иного содержания от одного сознания к другому.
- a. координация;
 - b. коммуникация;
 - c. форум;
 - d. организация.
10. – это система ценностей и норм поведения, разделяемых всеми членами организации, имеющая целью ее эффективное функционирование.
- a. организационная структура;
 - b. организационная культура;
 - c. организационное регламентирование;
 - d. организационная этика

Раздел 2. Стратегический менеджмент

- 11 В каких из данных отраслей острее конкуренция?
- a. Зрелых.
 - b. Развивающихся.
 - c. В отраслях, переживающих спад.
 - d. Зарождающихся.
12. Разработка функциональной стратегии включает в себя:
- a. Создание и управление портфелем СЗХ. Обеспечение синергизма СЗХ как конкурентного преимущества. Определение инвестиционных приоритетов и управление ресурсами в наиболее привлекательных СЗХ. Пересмотр/ревизия/унификация основных стратегических подходов шефов СЗХ
 - b. Определение действий и подходов для успешной конкуренции и в интересах получения конкурентных преимуществ. Формирование реакции на изменение внешних условий. Унификация стратегических инициатив ключевых функциональных служб. Действия по решению специфических проблем
 - c. Создание функциональных подходов поддержки стратегии бизнеса и достижения функциональных целей и функциональных стратегий в НИОКР, производстве, маркетинге, финансах, кадрах. Пересмотр/ревизия/ унификация основных подходов менеджеров более низкого уровня
 - d. Разработка более узких и специфических подходов и действий в поддержку функциональных и СЗХ стратегий и в интересах достижения целей полевых единиц и функциональных отделов

13 Стратегия ограниченного роста:

- a. Применяется в динамично развивающихся отраслях с быстро меняющейся технологией, устанавливает ежегодное значительное превышение уровня развития над уровнем предыдущего года
- b. Применяется в сложившихся отраслях со стабильной технологией, устанавливает цели развития «от достигнутого» и корректирует на изменяющиеся условия
- c. Устанавливает цели ниже уровня, достигнутого в прошлом, когда показатели деятельности организации приобретают устойчивую тенденцию к ухудшению и никакие меры не изменяют ее
- d. Придерживаются крупные компании, которые активно функционируют в нескольких отраслях

14 Чистый риск – это:

- a. опасность валютных потерь, вызванных измененным курсом валют
- b. возможное получение, как положительного, так и отрицательного результата
- c. возможность получения нулевого или отрицательного результата
- d. опасность неправильного вложения капитала, неправильного выбора ценных бумаг, при формировании инвестиционного портфеля

15 Управление как непрерывная серия управленческих функций рассматривается при следующем подходе в менеджменте (выберите правильный ответ(ы)):

- a. информационном
- b. динамичном
- c. органическом
- d. процессном

16 Этап развития стратегического менеджмента в 70 е гг. XX века связан со следующими тенденциями в науке управления (выберите правильную характеристику):

- a. долгосрочное планирование производства продукции и освоения рынков
- b. существенно изменился смысл стратегического выбора, отказ от фиксации планов производства на долгосрочную перспективу, ориентация на поддержание конкурентоспособности предприятия в условиях рынка
- c. динамизм внешней среды, усложнение задачи своевременной адаптации к изменениям, выбор такого поведения в текущий момент, который обеспечивал бы процветание организации в будущем
- d. возрастание фактора внешней среды, осознание необходимости разработки стратегии, ориентированной на изменения во внешней среде, элементами которой являются диверсификация, интеграция, освоение новых рынков

17 Стратегии концентрированного (интенсивного) роста связана с (выберите правильный ответ(ы)):

- a. с развитием производства и повышением рентабельности, контролем стратегически важных звеньев в цепи производства и продажи товаров (поставщиков, каналы сбыта, конкурентов)
- b. с изменением продукта и/или рынка и не затрагивающие другие элементы
- c. с состоянием или изменением продукта, рынка, отрасли, конкурентной позиции, технологии
- d. с продажей хозяйственного подразделения или выделением его в самостоятельную структуру

18 В ходе сценарного процесса создается набор из четырех сценариев, учитывающих возможные потрясения, которые произойдут в отрасли, или предложение на рынке

широкого ассортимента новых продуктов, появляющихся в результате технологических прорывов или как базовый сценарий — развитие на основе текущих трендов, наблюдаемых в отрасли и т. д. Кто является автором данной методики?

- a. Джордж Дей
- b. А. С. Попов
- c. А. Томпсон и А. Дж. Стрикланд
- d. М. Паскье

19 Стратегическая зона хозяйствования — это ...

- a. зона наибольшего хозяйственного риска
- b. перспективный сегмент рынка
- c. сегмент окружающей бизнес среды, на который организация имеет (или хочет получить) выход
- d. свободная экономическая зона

20 При осуществлении стратегических изменений предпочтительнее ...

- a. административный, жесткий стиль управления
- b. партисипативный стиль управления
- c. комбинация стилей в зависимости от важности и сущности стратегических изменений
- d. демократический стиль управления

Раздел 3. Корпоративный менеджмент

21. Стоимость реализованной продукции за текущий период увеличилась на 15%. Цены на продукцию за этот период также увеличились на 15%. Количество реализованной продукции...

- a. увеличилось на 32%;
- b. уменьшилось на 5%;
- c. уменьшилось на 32 %;
- d. не изменилось.

22. Известно, что индекс переменного состава равен 107,8 %, а индекс структурных сдвигов 110 %. Индекс постоянного состава = ... % .

- a. 96,5;
- b. 98,0;
- c. 99,0;
- d. 105,0.

23. Репрезентативность результатов выборочного наблюдения зависит от...

- a. вариации признака и объема выборки;
- b. определения границ объекта исследования;
- c. времени проведения наблюдения;
- d. продолжительность проведения наблюдения.

24. Модой называется...

- a. среднее значение признака в данном ряду распределения;
- b. наиболее часто встречающееся значение признака в данном ряду;
- c. значение признака, делящее данную совокупность на две равные части;
- d. наиболее редко встречающееся значение признака в данном ряду.

25. Отрасль экономики это совокупность

- a. предприятий, расположенных на одной территории и производящих дифференцированную продукцию;
 - b. хозяйственных единиц, объединяющая предприятия различных организационно правовых форм крупномасштабным производством;
 - c. предприятий и производств, обладающих общностью производимой продукции, технологии и удовлетворяемых потребностей;
 - d. различного рода производств, относящихся к выпуску взаимозаменяемой по потребительским свойствам продукции.
26. Мезоэкономика это
- a. элемент кредитно финансовых отношений в региональных комплексах вне зависимости от отрасли экономики;
 - b. раздел экономической науки о международных экономических отношениях, относящихся к проблеме глобализации;
 - c. наука об экономических взаимосвязях между промышленным сектором производства и сельскохозяйственным;
 - d. реальное промежуточное состояние в структуре национальной экономики между микро и макроэкономикой, проявляющееся как соответствующие экономико производственные комплексы.
27. Собственность это экономическая категория, отражающая
- a. отношения в обществе между людьми, их группами и экономическими структурами по поводу присвоения материальных благ;
 - b. отношения между людьми по поводу производства материальных благ и оказания услуг;
 - c. процесс экономических взаимоотношений на уровне межгосударственных связей;
 - d. процесс только распоряжения вещественными элементами средств производства людьми в обществе.
28. Конгломерат как экономическая структура представляет собой
- a. форму объединения предприятий, действующих исключительно в сфере совместной реализации готовой продукции;
 - b. объединение однопрофильных по своей продукции фирм с потерей самостоятельности вошедших в него фирм;
 - c. форму объединения физических лиц для совместной деятельности на конкретном секторе рынка;
 - d. форму объединения разнопрофильных фирм, оперирующих на различных секторах рынка.
29. Финансово промышленная группа в стране как элемент общей структуры ее экономики это
- a. зарегистрированная на федеральном уровне группа юридически независимых предприятий и финансовых организаций с объединением их ресурсов для достижения поставленных целей;
 - b. крупное монополистическое объединение в стране, самостоятельно претендующее на установление своего господства в конкретном сегменте рынка;
 - c. объединения физических лиц, имеющих свободные денежные средства для производства определенной конкурентоспособной продукции на внутреннем рынке страны;

- d. объединение юридических и физических лиц в целях рационального совместного использования имеющихся у них денежных средств и получения прибыли.
30. Рынок товаров народного потребления и услуг населению как открытая организационно хозяйственная система включает
- a. его разделение исключительно по региональным признакам производства;
 - b. субъекты и объекты структуры рынка, механизм его инфраструктуры, государственное регулирование рынка;
 - c. преимущественно бартерный обмен;
 - d. централизованное директивное регулирование экономическими государственными органами рыночных процессов.

Раздел 4. Финансовый менеджмент

31. Основной целью финансового менеджмента является:
- a. Создание условий, благоприятных для привлечения клиентов
 - b. Максимизация прибыли, увеличение благосостояния предприятия с помощью грамотно проводимой финансовой политики
 - c. Выработка стратегии расширения деятельности предприятия
 - d. Все ответы верны
32. «Золотое правило» финансового менеджмента гласит:
- a. Доход возрастает по мере роста риска
 - b. Вложение денег сегодня принесет прибыль послезавтра
 - c. Сегодняшняя стоимость рубля больше, чем завтрашняя
 - d. Все ответы не верны
33. Объектами финансового менеджмента являются:
- a. Движение трудовых ресурсов предприятия, рентабельность деятельности
 - b. Инвестиции и финансовые ресурсы
 - c. Финансовые потоки, финансовые отношения, финансовые ресурсы
 - d. Все ответы верны
34. Назовите основные функции финансового менеджмента:
- a. Распределительная, контрольная
 - b. Контрольная, ценообразующая, воспроизводственная
 - c. Воспроизводственная, контрольная
 - d. Все ответы не верны
35. Предприятие специализируется на выпуске продукции с использованием определенных видов сырья. Какой процесс является отражением разности операционного и финансового циклов?
- a. Срок окупаемости выпущенной продукции
 - b. Производственный цикл
 - c. Период обращения кредиторской задолженности
 - d. Все ответы не верны
36. Что характеризует деловую активность предприятия?
- a. Стабильное число клиентов
 - b. Постоянно растущее число клиентов
 - c. Оборачиваемость собственного капитала, дебиторской и кредиторской задолженности

- d. Все ответы верны
37. Что такое точка безубыточности?
- a. отношение заемных средств к собственным
 - b. отношение чистой прибыли к выручке
 - c. уровень или объем операций, при котором совокупный доход и совокупные издержки равны между собой
 - d. Все ответы не верны
38. Норма оборотных средств – это:
- a. регламентированный запас денежных средств в кассе предприятия
 - b. объем запаса важнейших материальных ценностей, которые необходимы предприятию для обеспечения бесперебойной работы
 - c. норма запаса готовой продукции
 - d. Все ответы не верны
39. Что называют устойчивыми пассивами?
- a. источники оборотных средств корпорации, которые ей не принадлежат, но с точки зрения бухучета приравнены к собственным
 - b. производственные запасы, незавершенное производство и строительство, расходы будущих периодов
 - c. фонды обращения и оборотные средства
 - d. Все ответы не верны
40. Чему равны альтернативные издержки привлеченного капитала?
- a. ожидаемой доходности, которую инвесторы хотят получить от ценных бумаг, подверженных такому же риску, что и проект
 - b. фактической доходности, которую инвесторы ожидали получить от ценных бумаг
 - c. фактическим затратам инвесторов на реализацию проекта
 - d. Все ответы не верны

Раздел 5. Маркетинг

41. При проектировании бюджета расходов на рекламу **Не используется** метод...
- a. Мотивационный
 - b. Целевой
 - c. Фиксированного проекта
 - d. Смешанный
42. В маркетинге группа товаров, выполняющих сходные функции, предназначенные одним и тем же клиентам, называется...
- a. Ассортиментной позицией
 - b. Номенклатурой
 - c. Ассортиментным рядом
 - d. Ассортиментом
43. Интернет реализует коммуникативную модель...
- a. Один многим
 - b. Один одному избранному
 - c. Многие многим
44. Логика кривой жизненного цикла продукта следующая...

- a. Внедрение, зрелость, насыщение, рост, спад
 - b. Внедрение, рост, зрелость, насыщение, спад
 - c. Внедрение, насыщение, зрелость, спад
 - d. Внедрение, зрелость, рост, насыщение, спад
45. На качество товара как основной показатель конкурентоспособности не влияет...
- a. Материал, из которого изготовлен товар
 - b. Надежность товара
 - c. Долгосрочность товара
 - d. Упаковка товара
46. «Новый товар, мало известный покупателю», как правило, находится на этапе жизненного цикла товара...
- a. Спад
 - b. Внедрение
 - c. Рост
 - d. Зрелость и насыщение
47. Основным преимуществом личной продажи является...
- a. Приводит к кратковременному росту сбыта и дополняет рекламу и личные продажи
 - b. Личный контакт с покупателем и диалог с ним
 - c. Охватывает широкий круг потенциальных покупателей
 - d. Приводит к кратковременному росту сбыта
48. Под жизненным циклом товара маркетологи понимают...
- a. Процесс развития продаж и получения прибыли
 - b. Интервал времени от внедрения товара на рынок до резкого спада продаж («умирания» товара)
 - c. Интервал времени от момента приобретения, до его насыщения
49. Товарами заменителями являются...
- a. Спички и зажигалки
 - b. Кроссовки и футболки
 - c. Чай и булочки
 - d. Учебники и тетради
50. Сущность маркетинга заключается в...
- a. Перемещении товаров от производителя к потребителю
 - b. Создании товаров и услуг, соответствующих потребностям рынка
 - c. Разработке маркетинговой стратегии
 - d. Выборе целевого рынка