|  |  |
| --- | --- |
| **Перелік питань до заліку/іспиту** | |
| 1. | Що таке стратегічна одиниця бізнесу підприємства |
| 2. | Яка наука стала першоджерелом бізнес-моделювання |
| 3. | Сукупність етапів, які проходить підприємство за період свого функціонування |
| 4. | Що являє собою конкурентна перевага |
| 5. | Що являє собою конкурентоспроможність підприємства |
| 6. | Стратегічна зона господарювання |
| 7. | Яка із стратегій М.Портера передбачає надання товару таких якостей, які відрізнятимуть його від конкурентних товарів та будуть важливими для споживача? |
| 8. | В основі яких бізнес-процесів лежить створення доданої вартості підприємства? |
| 9. | Які Вам відомі методи оцінки бізнесу? |
| 10. | Balanced  Scorecard (BSC),  або  Збалансована  система  показників, що це? |
| 11. | Яка кількість основних позицій бізнесу означена маркетологічними назвами у портфельній матриці БКГ? |
| 12. | Який ефект визначає результат оптимального використання потенціалу одного і того ж неосяжного ресурсу у двох чи більше видах бізнесу компанії одночасно? |
| 13. | Описати фізичні та фінансові активи підприємства, які відображені в бухгалтерському балансі, та дають вартісну характеристику матеріально-технічної бази та фінансових можливостей суб’єкта господарювання |
| 14. | Описати які ресурси, що використовуються у процесі створення цінності продукту чи послуги, мають здатність генерувати доход і прибуток, але не мають матеріальної основи |
| 15. | Описати сутність поняття «потреби споживачів» |
| 16. | Описати сутність стратегій «голубого» та «багряного» океанів |
| 17. | Сутність портфельного аналізу підприємства |
| 18. | Дати характеристику "ланцюга вартості" підприємства |
| 19. | Описати квадранти матриця «Мак-Кінсі» та БКГ |
| 20. | Дати характеристику бізнес-процесів підприємства |
| 21. | Розкрити сутність поняття бізнес-модель |
| 22. | Описати механізм використання ділових моделей як інструменту забезпечення зростання ринкової вартості компанії |
| 23. | Розкрити сутність інжинірингу і реінжинірингу бізнесу |
| 24. | Описати «рівняння цінності», запропноване М. Levy |
| 25. | Охарактеризувати модель «від виробництва»: |
| 26. | Сутність та роль аудиту бізнес-процесів: |
| 27. | Охарактеризувати «від виробника» |
| 28. | Що передбачає модель «від клієнта» |
| 29. | Описати бізнес-модель яка відповідає на питання: «Хто і що робить на підприємстві і хто за що відповідає?» |
| 30. | Розкрити сутність формального підходу до формування бізнес-моделі підприємства |
| 31. | Описати переваги формального підходу до формування бізнес-моделі підприємства |
| 32. | Розкрити сутність гуманітарного підходу до формування бізнес-моделі підприємства та описати його недоліки |
| 33. | Описати, яку бізнес-модель використовують у своїй діяльності сімейні ресторани |
| 34. | Охарактеризувати бізнес-модель, яку використовують у своїй діяльності підприємства, які просувають певну технологію |
| 35. | Описати бізнес-модель, яку використовують у своїй діяльності, провідні фінансові підприємства |
| 36. | Розкрити сутність поняття «бізнес-процес» |
| 37. | Описати що являє собою процесний похід |
| 38. | Дати характеристику «допоміжним бізнес-процесам» |
| 39. | Дати характеристику «основним бізнес-процесам» |
| 40. | Описати основні елементи, які входять до функціонального блоку моделі IDEF |
| 41. | Назвіть основну мету аудиту бізнес-процесів |
| 42. | Дати характеристику ресурсному підходу |
| 43. | Описати основні якості, якими повинні володіти ресурси |
| 44. | Охарактеризувати ресурси за ознакою відновлюваності |
| 45. | Назвіть принцип залучення ресурсів |
| 46. | Дати характеристику ресурсам підприємства |
| 47. | Охарактеризувати фінансові ресурси |
| 48. | Якими буваю ресурси за ознакою впливу на продукт |
| 49. | Що розуміють під комерційними ресурсами |
| 50. | Що розуміють під інформацією |
| 51 | Визначте, що розуміють під місією інформаційної системи |
| 52. | Що передбачає інформаційний бар'єр |
| 53. | Що розуміють під базами даних |
| 54. | Описати інформаційну систему CSRP |
| 55. | Що являє собою інформаційна система MRP? |
| 56. | Що означає квадрант «байдуже» в матриці пріоритетів ? |
| 57. | Що означає квадрант «перебір» в матриці пріоритетів ? |
| 58. | Які нові елементи привносить і сучасний бізнес електронна комерція |
| 59. | Описати фактори зовнішнього середовища непрямої дії |
| 60. | На які питання відповідає модель цілеутворення |
| 61. | На які питання відповідає функціонально-технологічна модель |
| 62. | На які питання відповідає організаційно-функціональна модель |
| 63. | На які питання відповідає процесно-рольова модель |
| 64. | На які питання відповідає модель структури даних |
| 65. | Визначте, що не відноситься до посередницької моделі бізнесу: |
| 66. | Визначте, що не відноситься до рекламної моделі бізнесу: |
| 67. | Електронне посередництво віртуальної торгівельної точки між виробниками (або дистриб’юторами) товарів і роздрібними клієнтами – це бізнес-модель якого типу? |
| 68. | Визначте, що не відноситься до інформаційної моделі бізнесу |
| 69. | Назвіть, що не відноситься до комп’ютерної моделі бізнесу |
| 70. | Визначте, що не відноситься до торгівельної моделі |
| 71. | Оберіть, хто сприяє операціям між продавцями і покупцями, надаючи всеосяжну інформацію і додаткові послуги, включаючи натуральний бартер товарів і послуг між сторонами |
| 72. | Назвіть, хто пропонує можливість мережевого з’єднання і супутні послуги за місячну плату |
| 73. | Що включає в себе потенціал підприємства |
| 74. | Які виокремлюють структурні позиції підприємств у моделі Бостонської консалтингової групи (BCG) |
| 74. | Який підрозділ підприємства діє в одній або декількох стратегічних зонах господарювання, тобто випускає однотипну продукцію і може розробляти власну конкурентну стратегію |
| 75. | Як можна назвати товар в матриці БКГ, що знаходиться на етапі зростання: |
| 76. | Що таке конкурентна перевага |
| 77. | Які переваги відносять до переваг низького порядку |
| 78. | Які конкурентні переваги складно скопіювати і чому |
| 79. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за джерелами створення та стійкістю до копіювання |
| 80. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за місцем формування: |
| 81. | До яких факторів формування конкурентних переваг підприємства належать споживачі, конкуренти, державні органи, фінансово-кредитні установи, постачальники |
| 82. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за сферою прояву |
| 83. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за тривалістю дії |
| 84. | Аутсорсингова модель бізнесу |
| 85. | Які виокремлюють структурні позиції підприємств у моделі Бостонської консалтингової групи (BKG) |
| 86. | SWOT - аналіз потенціалу конкурентоспроможності підприємства націлений на… |
| 87. | Що лежить в основі методу SWOT - аналіз |
| 88. | В чому полягає ідея SWOT-аналізу |
| 89. | Розвиток і узагальнення матриці BCG являє собою метод: |
| 90. | Які фактори враховуються у PEST-аналізі: |