

ВОПРОСЫ ВЫХОДНОГО (ИТОГОВОГО) СОБЕСЕДОВАНИЯ

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации для специалистов Самарской области, завершивших обучение по программе «Подготовка управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации» (Президентская программа) на тему:

1. **Какое утверждение неверно?**
 - А. Бизнес-модель — это метод ведения бизнеса, с помощью которого организация обеспечивает принесение прибыли.
 - Б. Бизнес-модель - это логическое схематическое описание бизнеса, призванное помочь в оценке ключевых факторов успеха организации.
 - В. Бизнес-модель – это схема анализа факторов внешней среды, влияющих на ключевые факторы успеха организации

2. **Сколько блоков в шаблоне бизнес-модели по А. Остервальдеру и И. Пинье?**
 - А. 8
 - Б. 9
 - В. 10
 - Г. 12

3. **Что не относится к типам партнерских отношений по А.Остервальдеру?**
 - А. Сотрудничество с неконкурирующими компаниями.
 - Б Стратегическое партнёрство с компанией-конкурентом.
 - В. Совместное предприятие для запуска новых бизнес-проектов.
 - Г. Отношения типа "поставщики-производитель".
 - Д. Сотрудничество с компаниями, оказывающими бизнес-услуги участия в торгах на фондовой бирже.

4. **«У вас есть доступ к ресурсам, которых нет у конкурентов. Это могут быть деньги, люди, технологии (с невозможностью лицензирования или имитирования конкурентами), интеллектуальная собственность». Как это называется?**
 - А. Нечестное преимущество
 - Б. Несправедливое условие
 - В. Конкурентное преимущество
 - Г. Ключевые ресурсы

5. **Ниже перечислены "стандартные" потребности потребителя, из которых складывается ценность продукта. Что здесь лишнее?**
 - А. Новизна.
 - Б. Производительность.
 - В. Изготовление на заказ (индивидуальность).
 - Г. Супер-сервис
 - Д. Дизайн.
 - Е. Статус.

6. **«Персональная поддержка», «VIP персональная поддержка», «Самообслуживание»... К какому компоненту бизнес-модели (А.Остервальдер) относятся эти понятия:**
 - А. Потребительские сегменты
 - Б. Взаимоотношения с клиентами
 - В. Ценностные предложения

Г. Каналы сбыта

7. Вид сегментирования, который базируется на определении сегментов исходя из мотивации покупки, лояльности бренду, готовности к заказу продукта:

- А. Географическое
- Б. Психографическое
- В. Социально-демографическое
- Г. Поведенческое

8. К основным видам ресурсов компании относятся (возможно несколько ответов):

- А. Материальные ресурсы.
- Б. Интеллектуальные ресурсы.
- В. Персонал.
- Г. Финансы.
- Д. Временные.

9. Что следует описывать в шаблоне бизнес-модели А. Остервальдера в блоке "Структура расходов"?

- А. расходы, связанные с функционированием бизнес-модели
- Б. инвестиционные расходы
- В. расходы на рекламу и продвижение
- Г. только постоянные расходы

10. Если компания работает в нескольких различных сегментах рынка с совершенно разными потребителями, то этот рынок называется:

- А. Нишевой
- Б. Массовый
- В. Многопрофильный
- Г. Дробное сегментирование