

Fråga 1: Sant/falskt? (Max 20 poäng)

Denna fråga består av 10 antal påståenden som antingen kan vara sanna eller falska. Varje rätt svar ger 2 poäng och varje felaktigt svar ger minus (-) 0,5 poäng. Ej avgivet svar ger 0 poäng. Tänk på att fel svar ger minuspoäng. Minsta poäng: -5 poäng

Läs texten noga! [Allt text inom[] är facit. KB=Kursboken]

| | | |
|--|---|---|
| Påstående a: Strategi är ursprungligen ett tyskt (preussiskt) militärt begrepp. [KB, s. 17–19] | Sant <input type="checkbox"/> | Falskt <input checked="" type="checkbox"/> |
| Påstående b: Den första tillämpningen inom företagsekonomi var <i>strategi som plan</i> . [KB, s. 20 – 23] | Sant <input checked="" type="checkbox"/> | Falskt <input type="checkbox"/> |
| Påstående c: <i>RBV</i> (eng. <i>Resource Based View</i>) är ett exempel på <i>inside-out</i> -strategier. [KB, s. 31–32] | Sant <input checked="" type="checkbox"/> | Falskt <input type="checkbox"/> |
| Påstående d: Mintzberg menade att det finns <i>tre olika typer</i> av strategier; <i>planerade, framväxta</i> samt <i>inväxta</i> . [KB, s. 39–42] | Sant <input type="checkbox"/> | Falskt <input checked="" type="checkbox"/> |
| Påstående e: <i>Intressentmodellen</i> handlar bland annat om aktieägare. [KB, s. 56–58] | Sant <input checked="" type="checkbox"/> | Falskt <input type="checkbox"/> |
| Påstående f: Porters femkraftsanalys kan även kallas internanalys. [KB, s. 28–31] | Sant <input type="checkbox"/> | Falskt <input checked="" type="checkbox"/> |
| Påstående g: <i>Globalisering</i> och <i>digitalisering</i> är två av de mest <i>framträdande</i> trenderna idag. [KB, s. 54–72] | Sant <input checked="" type="checkbox"/> | Falskt <input type="checkbox"/> |
| Påstående h: <i>Bostonmatrisen</i> (BGC) handlar om <i>hantering av marknadsföring</i> . [KB, s. 79–81] | Sant <input type="checkbox"/> | Falskt <input checked="" type="checkbox"/> |
| Påstående i: Affärsmodell är tänkt att <i>endast illustrera</i> intäkter för ett företag. [KB, s. 81] | Sant <input type="checkbox"/> | Falskt <input checked="" type="checkbox"/> |
| Påstående j: Dynamiska förmågor är ett sätt att beskriva ett företags kapacitet för hållbar tillverkning. [KB, s. 46, 47] | Sant <input type="checkbox"/> | Falskt <input checked="" type="checkbox"/> |

Fråga 2: Flervalsfrågor (Max 10 poäng)

Denna fråga består av 10 antal påståenden som har flera val.

Varje rätt påstående ger 1 poäng och varje felaktigt, samt ej angivet svar ger 0 poäng.

Observera att *hela påståendet* (svaret) måste vara helt rätt för att få poäng.

Minsta poäng: 0 poäng.

Läs texten noga!

| | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Påstående a: | Marknadspenetration | Produktutveckling |
| Igor Ansoff skapade en modell för <i>tillväxtstrategier</i> . Vilka strategier nämnde han? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| [KB, s. 25 – 26] | Marknadsutveckling | Diversifiering |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <hr/> | | |
| Påstående b: | Kalás | Kassakor |
| <i>Bostonmatrisen</i> (BGC-matrisen) innehåller vilka begrepp: [KB, s. 79–81] | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Katter | Kolon |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <hr/> | | |
| Påstående c: | Billighetsstrategi | Exklusiv strategi |
| Porters <i>generiska strategier</i> kan sammanfattas på vilka sätt: [KB, s. 30] | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Nischstrategi | Hela marknaden |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <hr/> | | |
| Påstående d: | Styrkor | Svagheter |
| <i>SWOT</i> som begrepp undersöker följande faktorer (svenska): [KB, s. 55 – 56] | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Strategi | Socialt |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <hr/> | | |
| Påstående e: | Politiska | Estetiska |
| <i>PEST</i> är innehåller omvärldsfaktorer som: [KB, s. 58–59] | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Sociala | Tekniska |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

| | | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Påstående f: | Logistik | Produktion |
| Strategi-begreppet ”Lean” kan förknippas med följande: [KB, s. 94 – 95, bantning godkänns ej] | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Yamaha | Bantning |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Påstående g: | Infrastruktur | Personkult |
| En värdekedja har bland annat följande stödaktiviteter: [KB, s. 72 – 74] | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Teknologisk utveckling | Anskaffning |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

| | | |
|--|-------------------------------------|--------------------------|
| Påstående h: | Värdefull | Rolig |
| VRIO är en förkortning för bland annat: [KB, s. 74 – 76] | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Imiterbarhet | Oro |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Påstående i: | Christensen | Delegering av innovationsprojekt |
| Begreppet <i>disruptiv innovation</i> innefattar: [KB, s. 88 – 89] | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Öppna för misslyckande | Nya marknader för teknologin |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

| | | |
|--|-------------------------------------|--------------------------|
| Påstående j: | Alfred D. Chandler | Ursula K. LeGuin |
| Följande författare skrev <i>tidiga</i> böcker om <i>företagsstrategier</i> : [KB, s. 21 – 24] | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | Robert A. Heinlein | Isaac Asimov |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Uppgift 5: SWOT-analys (10 poäng)

Företaget som ni tänker på: Kombinera er VRIO-analys (företagets interna resurser), med femkraftsanalysen (externa faktorer) i en SWOT. Minst två faktorer per ruta (1 poäng per faktor, max 8 poäng för figuren). Ni ska dels skriva in faktorerna i rutorna ned, och sedan beskriva dem i text.

Beskriv sedan om ni anser att företaget är mer influerat av inside-out, eller outside-in. Motivera. (1 poäng för ert svar, 1 poäng för motiveringen). [Förmågan att applicera modellen bedöms, [KB, s. 55 – 56]]

| Styrkor (S) | Svagheter (W) |
|-----------------|---------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| Möjligheter (O) | Hot (T) |
| | |
| | |
| | |
| | |

| Styrkor (S) |
|-------------|
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |

Svagheter (W)

Möjligheter (O)

Hot (T)

Inside-out eller Outside-in? (IO/OI)