

Del 1: Sant/falskt? (Max 20 poäng)

Denna del 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! [KB=Kursboken]

	Sant	Falskt
Påstående 1: Strategi är ursprungligen ett kinesiskt militärt begrepp. [KB, s. 17–19]	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Påstående 2: Den första tillämpningen inom företagsekonomi var <i>strategi som process</i> . [KB, s. 20 – 23]	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Påstående 3: <i>RBV</i> (eng. <i>Resource Based View</i>) är ett exempel på <i>outside-in</i> -strategier. [KB, s. 31–32]	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Påstående 4: Mintzberg menade att det finns <i>två olika typer</i> av strategier; <i>planerade</i> och <i>framväxta</i> . [KB, s. 39–42]	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Påstående 5: <i>Intressentmodellen</i> handlar enbart om aktieägare. [KB, s. 56–58]	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Påstående 6: Porters femkraftsanalys kan även kallas branschanalys. [KB, s. 28–31]	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Påstående 7: <i>Globalisering</i> och <i>digitalisering</i> är två av de mest <i>framträdande</i> trenderna idag. [KB, s. 54–72]	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Påstående 8: <i>Bostonmatrisen</i> (BGC) handlar om hantering av <i>produktportföljer</i> . [KB, s. 79–81]	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Påstående 9: Affärsidé och affärsmodell är tänkta att fånga helheter för ett företag. [KB, s. 81]	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Påstående 10: Dynamiska förmågor är ett sätt att beskriva ett företags förmåga till innovation. [KB, s. 46, 47]	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Del 2: Flervalsfrågor (Max 10 poäng)

Denna del består av 10 antal påståenden som har flera val. Varje rätt svar ger 1 poäng och varje felaktigt, samt ej angivet svar ger 0 poäng. Endast *hela frågan* räknas. Minsta poäng: 0 poäng.

Läs texten noga!

Påstående 11: Igor Ansoff skapade en modell för <i>tillväxtstrategier</i> . Finns dessa två strategier med? [Denna fråga kan inte besvaras med alla rutor valda. Det räknas som fel.] . [KB, s. 25 – 26]	Marknadspe netration <input type="checkbox"/> Ingen av dessa <input type="checkbox"/>	Produktutve ckling <input type="checkbox"/> Båda <input checked="" type="checkbox"/>
Påstående 12: <i>Bostonmatrisen</i> (BGC-matrisen) innehåller följande begrepp: [KB, s. 79–81]	Stjärna <input checked="" type="checkbox"/> Gula Hundar <input type="checkbox"/>	Döda kor <input type="checkbox"/> Utropstecke n (!) <input type="checkbox"/>
Påstående 13: Porters <i>generiska strategier</i> kan sammanfattas på dessa sätt: [KB, s. 30]	Lågpris- strategi <input type="checkbox"/> Nisch strategi <input checked="" type="checkbox"/>	Differentieri ng <input checked="" type="checkbox"/> Hela marknaden <input checked="" type="checkbox"/>
Påstående 14: <i>SWOT</i> är förkortning för: [KB, s. 55 – 56]	Strength <input checked="" type="checkbox"/> Opposed <input type="checkbox"/>	Weaknesses <input checked="" type="checkbox"/> True <input type="checkbox"/>
Påstående 15: <i>PEST</i> är förkortning för: [KB, s. 58–59]	Populärt <input type="checkbox"/> Socialt <input checked="" type="checkbox"/>	Estetiskt <input type="checkbox"/> Tekniskt <input checked="" type="checkbox"/>
Påstående 16: Strategi-begreppet " <i>Lean</i> " kan förknippas med följande: [KB, s. 94 – 95, bantning godkänns ej]	Logistik <input checked="" type="checkbox"/> Toyota <input checked="" type="checkbox"/>	Produktion <input checked="" type="checkbox"/> Bantning <input type="checkbox"/>

<p>Påstående 17:</p> <p>En värdekedja har följande <i>primäraktiviteter</i>: [KB, s. 72 – 74]</p>	<p>Inköp <input checked="" type="checkbox"/> Service <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Produktion <input checked="" type="checkbox"/> Personal <input type="checkbox"/></p>
<p>Påstående 18:</p> <p>VRIO är en förkortning för: [KB, s. 74 – 76 (kryssas imitation i, kan det godkännas tillsammans med värdefull och unik, inte annars)]</p>	<p>Värdefull <input checked="" type="checkbox"/> Imitation <input type="checkbox"/></p>	<p>Unik <input checked="" type="checkbox"/> Oro <input type="checkbox"/></p>
<p>Påstående 19:</p> <p>Begreppet <i>öppen innovation</i> innefattar: [Denna fråga kan inte besvaras med alla rutor valda. Det räknas som fel. [KB, s. 88 – 89]]</p>	<p>Chesbrough <input type="checkbox"/> Båda ovanstående <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Externa intressenter <input type="checkbox"/> Ingen av de ovanstående <input type="checkbox"/></p>
<p>Påstående 20:</p> <p>Följande författare skrev <i>tidiga</i> böcker om <i>företagsstrategier</i>: [KB, s. 21 – 24]</p>	<p>Philip Selznick <input checked="" type="checkbox"/> Alfred D. Chandler <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Edith Penrose <input checked="" type="checkbox"/> Isaac Asimov <input type="checkbox"/></p>

Del 3: Essäfrågor (Max 30 poäng)

Denna del består av 3 problem eller frågeställningar som ni ska lösa.

Utgå från ett välkänt företag som säljer till konsumenter (B2C). Samma företag ska användas i alla tre uppgifterna.

Max 10 poäng per fråga. Vid felaktigheter dras poäng av i 0,5 poängs steg. Minsta poäng: 0 poäng.

Läs texten noga!

Uppgift 21: Femkraftsanalys (10 poäng)

Företaget som ni tänker på: beskriv krafterna i branschen (5-kraftsanalys). Minst två (2) faktorer för varje kraft. (1 poäng per korrekt beskriven branschfaktor (som påverkar den aktuella kraften). Max 2 poäng per kraft. (10 poäng totalt). [Förmågan att applicera modellen bedöms, [KB, s. 68 – 72]]

Uppgift 23: 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)

