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!

	Sant	Falskt
Påstående 1: Strategi är ursprungligen ett kinesiskt militärt begrepp.	☐	☐
Påstående 2: Den första tillämpningen inom företagsekonomi var *strategi som process*.	☐	☐
Påstående 3: *RBV* (eng. *Resource Based View*) är ett exempel på *outside-in*-strategier.	☐	☐
Påstående 4: Mintzberg menade att det finns *två olika typer* av strategier; *planerade* och *framväxta*.	☐	☐
Påstående 5: *Intressentmodellen* handlar enbart om aktieägare.	☐	☐
Påstående 6: Porters femkraftsanalys kan även kallas branschanalys.	☐	☐
Påstående 7: *Globalisering* och *digitalisering* är två av de mest *framträdande* trenderna idag.	☐	☐
Påstående 8: *Bostonmatrisen* (BGC) handlar om hantering av *produktportföljer*.	☐	☐
Påstående 9: Affärsidé och affärsmodell är tänkta att fånga helheter för ett företag.	☐	☐
Påstående 10: Dynamiska förmågor är ett sätt att beskriva ett företags förmåga till innovation.	☐	☐

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 *tillväxtstrategier*. Finns dessa två strategier med? [Denna fråga kan inte besvaras med alla rutor valda. Det räknas som fel.]	Marknadspenetration ☐ Ingen av dessa ☐	Produktutveckling ☐ Båda ☐
Påstående 12: *Bostonmatrisen* (BGC-matrisen) innehåller följande begrepp:	Stjärna ☐ Gula Hundar ☐	Döda kor ☐ Utropstecken (!) ☐
Påstående 13: Porters *generiska strategier* kan sammanfattas på dessa sätt:	Lågpris-strategi ☐ Nisch strategi ☐	Differentiering ☐ Hela marknaden ☐
Påstående 14: *SWOT* är förkortning för:	Strength ☐ Opposed ☐	Weaknesses ☐ True ☐
Påstående 15: *PEST* är förkortning för:	Populärt ☐ Socialt ☐	Estetiskt ☐ Tekniskt ☐
Påstående 16: Strategi-begreppet ”*Lean*” kan förknippas med följande:	Logistik ☐ Toyota ☐	Produktion ☐ Bantning ☐

Påstående 17: En *värdekedja* har följande *primäraktiviteter*:	Inköp ☐ Service ☐	Produktion ☐ Personal ☐
Påstående 18: VRIO är en förkortning för:	Värdefull ☐ Imitation ☐	Unik ☐ Oro ☐
Påstående 19: Begreppet *öppen innovation* innefattar: [Denna fråga kan inte besvaras med alla rutor valda. Det räknas som fel.]	Chesbrough ☐ Båda ovanstående ☐	Externa intressenter ☐ Ingen av de ovanstående ☐
Påstående 20: Följande författare skrev *tidiga* böcker om *företagsstrategier*:	Philip Selznick ☐ Alfred D. Chandler ☐	Edith Penrose ☐ Isaac Asimov ☐

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).

Uppgift 22: VRIO-analys (10 poäng)

Företaget som ni tänker på: Gör en VRIO-analys (så gott det går) om de resurser ni tror att de har, minst två resurser ska beskrivas. 1 poäng för varje egenskap (V, R, I, O) som är korrekt beskrivna (max 8 poäng). Beskriv sedan företagets kärnkompetens (eng. *core competence*) och motivera det. (Max 1 poäng för kärnkompetensen. Max 1 poäng för motiveringen).

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 influerarat av inside-out, eller outside-in. Motivera. (1 poäng för ert svar, 1 poäng för motiveringen).

Styrkor (S)	Svagheter (W)
Möjligheter (O)	**Hot (T)**

Styrkor (S)

Svagheter (W)

Möjligheter (O)

Hot (T)

Kärnkompetens (CC)