

Controlling dupa siusiak cycki

Jak w nazwie

1/ 1. Controlling finansowy:

- a) musi wykryć potencjalne stany nierównowagi finansowej
- b) ma na celu znalezienie optymalnych metod finansowania
- c) zadbać o działania przeciwsterujące
- d) tworzy plany finansowe

2/ 2.Schemat ROI obliczamy:

- a)rentowność sprzedaży * marża pokrycia
- b) rotacja kapitału * rentowność sprzedaży
- c)marża pokrycia * rotacja kapitału
- d) wzrost zobowiązań * finansowanie własne

3/ 3. Controller finansowy ma za zadanie skupić się na fazach:

- a) realizacji
- b) planowania
- c) kontroli
- d) zlecania

4/ 4.Komponenty Controllingu marketingowego to:

- a) analiza pozycji strategicznej przedsiębiorstwa
- b) efektywność instrumentów
- c) produktywność działu
- d) planowanie i kontrola cen (i przychodów)

5/ 5.W przypadku zarządzania personelem wąskie gardła mogą dotyczyć:

- a) zmian produktywności pracowników
- b) przestojuw produkcyjnych spowodowanymi problemami z dostawą energii c) zmian wypadkowości
- c) zmian wypadkowości

d) stosunków międzyludzkich

6/ 6. Kosztem fluktuacji pracowników jest:

a) odprawa

b) koszt szkolenia nowego pracownika

c) koszt utraconych korzyści

d) czas poświęcony na selekcje

7/ 7. Zadanie zapewniania płynności to cykl składający się z faz:

a) wprowadzania

b) planowania

c) realizacji

d) kontroli

8/ 8. Marża pokrycia III w Controllingu działań marketingowych przedstawia :

a) efektywność działu

b) efektywność strategii marketingowej

c) zainteresowanie danym produktem

d) marżę która jest obliczana metodą selektywną

9/ 9. Marża pokrycia II w Controllingu działań marketingowych wyraża:

a) zyskowność produktu

b) koszt utraconych korzyści marketingowych

c) efektywność realizowanej strategii marketingowej

d) efektywność działu marketingu

10/ 10. Marża pokrycia II w Controllingu działań marketingowych obliczamy:

a) zmniejszenie marży I o koszt wytworzenia produktu

b) zmniejszenie marży I o koszty działań marketingu-mix

c) obliczając MVP produktu

d) za pomocą rachunku "w stu" lub "od sta"

11/ 11. Marża pokrycia I w Controllingu działań marketingowych przedstawia:

a) produktywność produktu

b) zyskowność produktu

c) efektywność produktu

d) opłacalność produktu

12/ 12.Przeprowadzenie porównań planu z rezultatem należy wykonać za pomocą:

- a) ilościową (sztuki)
- b) sprzedażową
- c) zapotrzebowania
- d) wartościowo tylko dla najważniejszych kosztów

13/ 13.Wskutek częstego przestawiania maszyn spada:

- a) konkurencyjność
- b) efektywność
- c) produktywność
- d) koszt produktu

14/ 14.Controller produkcji zajmuje się:

- a) zatwierdzaniem dostaw
- b) planowaniem i kontrolą produktywności
- c) określeniem zaangażowania kapitałowego
- d) optymalizacją programu produkcji

15/ 15.Projekt to:

- a) jednorazowe zadanie
- b) rutynowy proces w przedsiębiorstwie
- c) zbiór czynności mających na celu rozwiązanie problemu
- d) zadanie określone co do czasu trwania

16/ 16. Controller projektu powinien dbać o:

- a) przejrzystość pod względem kosztu
- b) koordynację z innymi projektami
- c) przydzielanie zasobów
- d) dotrzymanie terminów realizacji projektu

17/ 17.Przygotowanie i realizacja projektu polega na:

- a) ocenie projektu czy pasuje do strategii przedsiębiorstwa
- b) zamknięciu i sporządzeniu bilansu projektu poprzedniego
- c) rozdzieleniu zadań, kompetencji i odpowiedzialności
- d) opracowaniu dokumentacji poprzedniego projektu

18/ 18.Podstawowym zadaniem controllingu gospodarki materiałowej jest dostarczenie informacji o:

- a) poziomie jakości dostaw
- b) możliwościach transportowych
- c) płynności finansowej dostawcy
- d) stopniu zaawansowania produkcji

19/ 19.Controller produkcji zajmuje się:

- a) planowaniem i kontrolą produktywności
- b) możliwościami korzystania z rabatów
- c) określeniem zaangażowania kapitałowego
- d) rynkiem zbytu

20/ 20. Zbyt duża liczba drobnych zamówień powoduje:

- a) wzrost kosztów
- b) zmniejszenie marży pokrycia
- c) zwiększenie wyniku finansowego
- d) wzrost produktywności

21/ 21. Zgodnie ze wskazówkami K.H. Grolla koszty stałe powinno się dzielić na:

- a) koszty stałe produkcyjne
- b) koszty stałe przynoszące bezpośrednie korzyści
- c) koszty stałe wydziałowe
- d) koszty stałe nieprzynoszące korzyści (niewykorzystane)

22/ 22. Controlling marketingu ma za zadanie:

- a) wykazywanie co firmie przynosi zyski
- b) zwiększanie efektywności działań marketingowych
- c) zwiększenie marż pokrycia
- d) badanie rynku zaopatrzeniowego

23/ 23. Controlling zasobów ludzkich polega na:

- a) wykrywaniu wąskich gardeł w przedsiębiorstwie
- b) niedopuszczeniu do przesuwaniu pracowników z jednego do drugiego działu
- c) optymalnym wykorzystaniu możliwości tkwiących w zasobach ludzkich
- c) optymalnym wykorzystaniu możliwości tkwiących w zasobach ludzkich

24/ 24. Zadaniem controllingu finansowego jest:

- a) zapewnienie płynności finansowej
- a) zapewnienie płynności finansowej
- c) poczucie bezpieczeństwa zatrudnienia
- d) planowanie bilansu przedsiębiorstwa

25/ 25. Controlling funkcyjny to między innymi:

- a) Controlling gospodarki materiałowej
- b) Controlling spółek kapitałowych
- c) Controlling rozpoznawczy
- d) Controlling finansowy

26/ 26. Projektem możemy nazwać:

- a) obsługę klienta firmy
- b) rozpoczęcie następnego cyklu produkcyjnego przez maszyny
- c) opracowanie programu komputerowego
- d) pozyskanie nowego klienta

27/ 27. Najważniejszymi wymiarami w projekcie są:

- a) rola kierowników, informacje, budżet
- b) czas trwania, wsparcie ze strony zarządu
- c) testowanie, mierzalność, specyfika
- d) ilość, jakość, koszty, terminy

28/ 28. Osoby odpowiedzialne za realizację projektu muszą uczestniczyć w nim :

- a) od momentu potwierdzenia realizacji projektu
- b) od samego początku
- c) gdy tylko uda się pozyskać źródła finansowania
- d) od momentu zatwierdzenia jego przebiegu, terminów i kosztów

29/ 29. Kierownik projektu ma gwarantować:

- a) koordynację z innymi projektami
- b) zgodność celu projektu względem polityki przedsiębiorstwa
- c) jego wykonanie zgodnie z interesem przedsiębiorstwa
- d) dotrzymania terminów realizacji projektu

30/ 30. Przygotowanie i realizacja projektu polega na:

- a) ustaleniu celu realizacji przedsiębiorstwa (projektu)

- b) Sporządzeniu bilansu przedsiębiorstwa
- c) rozdzieleniu zadań, kompetencji
- d) określeniu terminów realizacji zadań

31/ 31.Po rozbiciu projektu na zadania określa się ich koszt według:

- a) Określania danych technicznych
- b) Kalkulacja kosztów zmiennych
- c) kosztów rodzajowych
- d) Określenie docelowej marży pokrycia

32/ 32. Oferowaną cenę za realizację projektu możemy obliczyć za pomocą wzoru Przyjmując politykę firmy polegającą na stosowaniu marży 50%

- a) Koszty całkowite/(1-0,5)
- b) Koszty stałe/(1-0,5)
- c) (jkz) Koszty zmienne/(1-0,5)
- d) Koszty uzasadnione/(1-0,5)

33/ 33.Po zakończeniu projektu należy:

- a) Stworzyć bilans przedsiębiorstwa
- b) rozliczyć poniesione koszty
- c) określić nakłady poniesione na dany projekt
- d) przystąpić do realizacji kolejnego projektu

34/ 34.Ustalenie stopnia wykonania poszczególnych zadań należy do obowiązków:

- a) Controllera projektu
- b) Audytora wewnętrznego w firmie
- c) Kierownika projektu
- d) Rewidenta

35/ 35. Dane z rachunku marż pokrycia wykorzystuje się do:

- a) podejmowania decyzji i oceny działań
- b) ustalenia ceny wyrobu
- c) sporządzenia sprawozdania finansowego
- d) ustalenia wyniku finansowego

36/ 36.Podstawowym instrumentem w controllingu badań i rozwoju są:

- a) koszty

- b)czas
- c)rozmowy
- d)analiza

37/ 37. Głównym wyzwaniem Controllera prac badawczych i rozwojowych jest:

- a)dotrzymanie terminów
- b)branie udziału w badaniach
- c)zacieranie granic między np. technikami a ekonomistami
- d)sporządzanie raportów z prac badawczych

38/ 38. Zapotrzebowanie na materiały i półprodukty prognozuje się na podstawie:

- a)Stanu początkowego
- b)Stanu końcowego
- c)Planowanej wielkości produkcji wyrobów
- d)Zapasów

39/ 39. Znaczenie poszczególnych części i materiałów dla przedsiębiorstwa uwypuklają analizy:

- a)SMART i UNI
- b)ABC i XYZ
- c)COMA i SAP
- d)SUPRI i BAT

40/ 40. Wśród istotnych kryteriów analizy dostawców wymienić można:

- a)pewność dostawy
- b)techniczne know-how
- c)długość firmy będącej na rynku
- d)koszty

41/ 41. Decentralizacja zarządzania

- a) To jeden z warunków wdrożenia controllingu
- b) Polega na przekazaniu uprawnień do najwyższych stanowisk kierowniczych
- c) Polega na przekazaniu uprawnień do kierowników niższego szczebla
- d) Jest możliwa do wdrożenia tylko w największych firmach

42/ 42. Wśród typów ośrodków odpowiedzialności możemy znaleźć

- a) Ośrodek odpowiedzialności za personel

- b) Ośrodek odpowiedzialności za inwestycje
- c) Ośrodek odpowiedzialności za materiały
- d) Wszystkie odpowiedzi są błędne

43/ 43. Ośrodek odpowiedzialności za wyniki nie odpowiada za:

- a) Przychody
- b) Koszty
- c) Inwestycje
- d) Zyski

44/ 44. Wskaż prawdziwe zdanie/zdania odnośnie ośrodka odpowiedzialności za koszty

- a) Jest to dominująca grupa ośrodków odpowiedzialności
- b) Jest to mało istotna grupa ośrodków odpowiedzialności
- c) Swoją działalnością może objąć kilka wydziałów
- d) Kierownicy ośrodka otrzymują do realizacji zadania wraz z przypisanymi kosztami

45/ 45. W ośrodkach odpowiedzialności za limit wydatków

- a) Występuje wyraźna zależność między działalnością, a kosztami
- b) Limit wydatków wynika z negocjacji
- c) Limit wydatków jest narzucony
- d) Przekroczenie limitu świadczy niekorzystnie o ośrodku

46/ 46. W ośrodkach odpowiedzialności za przychody wpływ na poziom realizowanych przychodów wywiera

- a) Cena
- b) Podatek
- c) Jakość produktu
- d) Struktura asortymentowa

47/ 47. Ośrodek odpowiedzialności za inwestycje

- a) Jest zależny w obszarze kontroli przychodów i kosztów od głównego kierownictwa
- b) Nie może podejmować decyzji w obszarze zakresu przedsięwzięć inwestycyjnych
- c) Nie odpowiada za relacje pomiędzy zyskiem a zainwestowanym kapitałem
- d) Odpowiada za relacje pomiędzy zyskiem a zainwestowanym kapitałem

48/ 48. Wskaż zdanie/zdania nieprawdziwe

- a) W dużych firmach centra odpowiedzialności mogą być budowane na różnych poziomach

- b) Tworzenie centrów odpowiedzialności jest ubocznym efektem działania zespołu
- c) Kreacja centrów odpowiedzialności decyduje o skuteczności przyjętych rozwiązań
- d) Centra odpowiedzialności mogą być wykorzystywane jako narzędzia pro rynkowej orientacji komórek wewnętrznych

49/ 49. Powiązanie efektów pracy centrów z systemem motywacyjnym

- a) Poprawia jakość produkcji
- b) Zwiększa cykl realizacji zamówień
- c) Zwiększa zainteresowanie pracowników racjonalnym wykorzystywaniem zasobów
- d) Naraża kierownictwo na zwiększenie kosztów

50/ 50. Zjawisko suboptymalizacji

- a) Jest nieszkodliwe w krótkim i długim okresie
 - b) Polega na działaniu danego centrum na szkodę firmy
 - c) Uczy współzawodnictwa różnych centrów odpowiedzialności
 - d) Zmusza w pewnym momencie zarząd centralny do podjęcia działań
-