

Stratejik Yönetim Süreci Nedir?

Çalışma Kağıdı

Stratejik yönetim dört temel aşamayı içerir: analiz (çevre ve kaynakları değerlendir), formülasyon (yon ve strateji belirle), uygulama (planları gerçekleştir) ve değerlendirme (ölçü ve uyarla). Vizyonu günlük operasyonlarla bağlar.

Sorular

1. Stratejik yönetimin ilk adımı?

- A) Hedefler belirle
- B) Çevre ve kaynakları analiz et
- C) Hemen gerçekleştir
- D) Stratejiyi halka aç

2. SWOT'teki 'S' neyi temsil ediyor?

- A) Satis
- B) Güçlü Yanlar
- C) Sektör
- D) Strateji

3. Maliyet liderliği stratejisi şu demektir

- A) Kalitatif görmezden gel
- B) En düşük fiyatlarla lider ol
- C) Sadece zengin müşterilerle hizmet et
- D) Asla yeniliğe yatırım yapma

4. Stratejik yönetim _____ bir süreçtir, bir kerelik olay değil.

- A) Hızlı
- B) Pahalı
- C) Sürekli değişim
- D) Yıllık ritüel

5. Bir kahve dükkanı 3 yılda 1 mağazadan 5 mağazaya büyümek istiyor. Stratejik yönetim süreci nedir?

6. Perakende zinciri satışlarının düşmesini önüyor. Stratejik yönetim nasıl yardımcı olur?

7. Yeni bir teknoloji şirketinin 2 yıl fonu var. Ne strateji?

8. Tanımla: Stratejik yönetim nedir?

9. Tanımla: Stratejik yönetimin dört aşaması?

10. Tanımla: SWOT analizi nedir?

Cevap Anahtari

1. B) Cevre ve kaynaklari analiz et - Analiz ilk gelir-planlama oncesinde pazarini, rakiplerini, guclu ve zayif yanlarini anlayabilirsin.
2. B) Guclu Yanlar - SWOT = Guclu Yanlar (kontrol ettigin ic avantajlar), Zayif Yanlar, Firsatlar, Tehditler.
3. B) En dusuk fiyatlarla lider ol - Maliyet liderligi fiyatla rekabet eder-verimli üretim ve rakiplerden düşük fiyatla satis (örn. Walmart).
4. C) Surekli dongu - Pazarlar ve kosullar degisir; strateji duzenli olarak degerlendirilmeli ve uyarlanmalidir.
5. 1. Analiz: SWOT (guclu marka sadakati, sinirli sermaye, buyuyen pazar, yeni rakipler). 2. Formulasyon: Strateji = farklılaşma (premium deneyim, yerel kaynak), odunlu mahalleler hedef. 3. Uygulama: Finansman sağla, personel egit, operasyonlari standartlastir, ilk 2 magazayi ac. 4. Degerlendirme: Ayni magaza satislari, musteri tutumu, krililik olc; gerekirse uyarla.
6. 1. Analiz: E-ticaret rekabeti buyuyor, musteri tercihlerini cevrimiciye kaymis. 2. Formulasyon: Pivot = 'omnichannel' (cevrimici + fiziksel), ayni gun teslim et. 3. Uygulama: Web sitesi olustur, personel sisteme egit, magazalari yeniden tasarla. 4. Degerlendirme: Cevrimici satislari, donusum, musteri memnuniyeti izle; uc aylık uyarla.
7. 1. Analiz: Guclu urun, kucuk takim, nakit kisitli, VC ilgi mevcuttur. 2. Formulasyon: Strateji = hizli buyume (kar yerine kullanıcı kazanimi), finansman yuksel. 3. Uygulama: Urun-pazar uyumuna odaklan, kullanıcı edine, takim olustur. 4. Degerlendirme: Kullanici buyumesi, churn, kalan fonu izle; sonuclara dayali pivot veya finansman.
8. Cevreyi analiz etme, hedef belirleme, strateji formulasyon, plan uygulama ve sonuclari degerlendirme sureci.
9. 1. Analiz (degerlendir), 2. Formulasyon (planla), 3. Uygulama (gerceklestir), 4. Degerlendirme (olcu).
10. Guclu Yanlar (ic avantajlar), Zayif Yanlar (ic dezavantajlar), Firsatlar (dis pozitif), Tehditler (dis negatif).

Bounlu

Tum kartlar, adim adim cozumler ve AI hoca destegi Notek uygulamasinda.
Sinav tarihlerini Promy otomatik hatirlaticiya ceviris.