

## أسئلة وأجوبة لمادة موضوعات خاصة في الإدارة

١. تزايد الاهتمام في السنوات الاخيرة بالتعلم التنظيمي بوصفه ضرورة استراتيجية يمكن ان يسهم في تقدم وبقاء المنظمات لأنه :

يسمح بالتعامل مع التغيير وعدم التأكد البيئي  
يخلق فرصا للميزة التنافسية  
يجعل المنظمة تبدو كوحدة تعلم تملك رؤية مشتركة  
جميع ما ذكر أعلاه

٢. يقصد بالتعلم التنظيمي (Organizational Learning) :

عملية استثمار خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها  
عملية بيع خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها  
عملية تخفيض خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها  
عملية توزيع خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها

٣. يرى سينج senge ان عملية التعلم التنظيمي هي :

العملية التي يتم من خلالها كشف الأخطاء وتصحيحها  
عبارة عن آلية التعلم التي تتبناها المنظمة وتجعلها جزءاً من ثقافتها التنظيمية  
الاختبار والمراجعة المستمرة للخبرات وتحويلها الى معرفة تستطيع المنظمة الحصول عليها وتوظيفها لأغراضها الرئيسية  
الوعي بالمشكلات التنظيمية والنجاح في تحديدها من قبل أفراد التنظيم

٤. يعرف Popper & Lipshitz التعلم التنظيمي بأنه :

العملية التي يتم من خلالها كشف الأخطاء وتصحيحها  
عبارة عن آلية التعلم التي تتبناها المنظمة وتجعلها جزءاً من ثقافتها التنظيمية  
الاختبار والمراجعة المستمرة للخبرات وتحويلها الى معرفة تستطيع المنظمة الحصول عليها وتوظيفها لأغراضها الرئيسية  
الوعي بالمشكلات التنظيمية والنجاح في تحديدها من قبل أفراد التنظيم

٥. يعرف كريس أرجريس التعلم التنظيمي بأنه :

العملية التي يتم من خلالها كشف الأخطاء وتصحيحها  
عبارة عن آلية التعلم التي تتبناها المنظمة وتجعلها جزءاً من ثقافتها التنظيمية  
الاختبار والمراجعة المستمرة للخبرات وتحويلها الى معرفة تستطيع المنظمة الحصول عليها وتوظيفها لأغراضها الرئيسية  
الوعي بالمشكلات التنظيمية والنجاح في تحديدها من قبل أفراد التنظيم

٦. يعرف سايمون التعلم التنظيمي بأنه :

العملية التي يتم من خلالها كشف الأخطاء وتصحيحها  
عبارة عن آلية التعلم التي تتبناها المنظمة وتجعلها جزءاً من ثقافتها التنظيمية  
الاختبار والمراجعة المستمرة للخبرات وتحويلها الى معرفة تستطيع المنظمة الحصول عليها وتوظيفها لأغراضها الرئيسية  
الوعي بالمشكلات التنظيمية والنجاح في تحديدها من قبل أفراد التنظيم

## ٧. ان التعلم التنظيمي عملية متكاملة :

تتكون من بعض مكونات التعلم  
تتكون من ٤ مكونات واقل من مكونات التعلم  
شاملة لكل مكونات التعلم  
شاملة لكل مكونات المنظمة

## ٨. الفرق بين التعلم الفردي والتعلم التنظيمي :

أن التعلم الفردي يشتمل على واقع مشترك لحاجات ودوافع وقيم أفراد التنظيم  
أن التعلم الفردي يتصل بالرؤية الجماعية المشتركة  
أن التعلم التنظيمي يتصل بالخبرة الشخصية والرؤية الفردية  
أن التعلم الفردي يرتبط باحتياجات الفرد ودوافعه وقيمه

## ٩. الفرق بين التعلم الفردي والتعلم التنظيمي :

أن التعلم التنظيمي يرتبط باحتياجات الفرد ودوافعه وقيمه  
أن التعلم التنظيمي يشتمل على واقع مشترك لحاجات ودوافع وقيم أفراد التنظيم  
أن التعلم الفردي يتصل بالرؤية الجماعية المشتركة  
أن التعلم التنظيمي يتصل بالخبرة الشخصية والرؤية الفردية

## ١٠. من العوامل المؤدية الى اهتمام المنظمات بالتعلم :

التعلم التنظيمي اداة فعالة لإيجاد ونشر المعرفة داخل اقسام المنظمة  
تفرض الرؤية الخلاقة للتعلم النظر اليه على انه تعلم تقليدي  
المنافسة الحالية والقائمة من بينات وتقاليد متعددة  
جميع ما ذكر أعلاه

## ١١. من مبررات دراسة التعلم التنظيمي :

ارتفاع حدة المنافسة في بيئة الاعمال الدولية وسرعة تغيرها  
التطور الفكري نحو منظمات التعلم وإعطاء العاملين دورا في عملية اتخاذ القرار  
التطور الفكري المرتبط بالمعرفة كمصدر لتحقيق الميزة التنافسية  
جميع ما ذكر أعلاه

## ١٢. يصف سينج ( Peter Senge ) المنظمة المتعلمة على انها :

المنظمة التي تمتلك طاقة للتحسين المستمر لفاعليتها ولأعضائها  
المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يزيد من مكاسبه المادية  
المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يتعلم  
المنظمة الماهرة في خلق واكتساب ، وتحويل المعرفة ، وفي تعديل سلوكها لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة

## ١٣. يصف كارفن ( Garvin.1993 ) المنظمة المتعلمة على انها :

المنظمة التي تمتلك طاقة للتحسين المستمر لفاعليتها ولأعضائها  
المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يزيد من مكاسبه المادية  
المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يتعلم  
المنظمة الماهرة في خلق واكتساب ، وتحويل المعرفة ، وفي تعديل سلوكها لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة

١٤ . يصف سيجرمان (Sugarman,2004) المنظمة المتعلمة على أنها :

المنظمة التي تمتلك طاقة لتحسين المستمر لفاعليتها ولأعضائها  
المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يزيد من مكاسبه المادية  
المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يتعلم  
المنظمة الماهرة في خلق واكتساب ، وتحويل المعرفة ، وفي تعديل سلوكها لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة

١٥ . من مميزات المنظمة المتعلمة :

قبول الاخطاء لأنها ذات قيمة وضرورية للتعلم  
نمو الاحساس والشعور بالمسؤولية الشخصية والمشاركة  
العمليات المشتركة حيث الحوار والاستكشاف ومناخ القيم المشتركة المتبادلة  
جميع ما ذكر أعلاه

١٦ . حسب (Brandt,2003) للمنظمات المتعلمة مميزات اخرى منها :

امتلاكها إرادة التحدي لتحقيق الاهداف  
تمتلك ثقافة تنظيمية داعمة للتعلم التنظيمي  
المنظمة المتعلمة تنظم مفتوح مع البيئة الخارجية  
جميع ما ذكر أعلاه

١٧ . حسب واتكنز و مارساك (Watkins & Marsick) , حتى تصبح المنظمة متعلمة فلا بد من توفر متطلبات اساسية :

توفير قيادة تشغيلية للتعلم  
ربط المنظمة بالبيئة الداخلية  
خلق فرص لتعلم المستمر  
جميع ما ذكر أعلاه

١٨ . يعد مبتكر فكرة المنظمة المتعلمة :

مارسك وواتكنز Marsick & Watkins  
بيتر سنج (Senge)  
يلونين Moilanen  
كواردت Marquardt

١٩ . قدمت كل من مارسك وواتكنز Marsick & Watkins نموذجاً متكاملاً للمنظمة المتعلمة مكون من سبعة أبعاد منها :

خلق فرص للتعلم المستمر  
تشجيع الاستفهام والحوار  
تشجيع التعاون والتعلم الجماعي  
جميع ما ذكر أعلاه

٢٠ . وضع بيتر سنج (Senge) خمسة أسس للمنظمة المتعلمة وهي :

التفكير التنظيمي ، التميز الذاتي ، النماذج البدنية ، الرؤية الفردية ، التعلم الجماعي  
التفكير التنظيمي ، التميز الجماعي ، النماذج البدنية ، الرؤية المشتركة ، التعلم الجماعي  
التفكير التنظيمي ، التميز الذاتي ، النماذج الذهنية ، الرؤية المشتركة ، التعلم الجماعي  
التفكير التنظيمي ، التميز الجماعي ، النماذج الذهنية ، الرؤية الفردية ، التعلم الفردي

٢١. توصل ماركواردت Marquardt إلى نموذج للمنظمة المتعلمة عام ١٩٩٦م يتكون من خمسة أنظمة هي :

التعلم ، التنظيم ، الأفراد ، المعرفة ، التقنية  
التعلم ، الرقابة ، الأفراد ، المعرفة ، القيادة  
التعلم ، التنظيم ، الأفراد ، المعرفة ، القيادة  
التعلم ، الرقابة ، الأفراد ، المعرفة ، التقنية

٢٢. قام العتيبي عام (٢٠٠١) بإعداد نموذج للمنظمة المتعلمة يتكون من ثلاثة أنظمة فرعية للمنظمة المتعلمة هي :

نظام البناء التوجيهي ، نظام التعلم ، الثقافة الفردية  
نظام البناء التنظيمي ، نظام التعلم ، الثقافة الاجتماعية  
نظام البناء التوجيهي ، نظام التعلم ، الثقافة الاجتماعية  
نظام البناء التنظيمي ، نظام التعلم ، الثقافة الفردية

٢٣. اقترح مايلونين Moilanen عام ٢٠٠١م نموذجاً للمنظمة المتعلمة مكون من خمسة أبعاد وهي :

الدوافع المحركة ، تحديد الهدف ، الاستطلاع والاستفهام ، التمكين ، التقييم  
الدوافع المحركة ، تحديد العوانق ، الاستطلاع والاستفهام ، التوجيه ، التقييم  
الدوافع المحركة ، تحديد الهدف ، الاستطلاع والاستفهام ، التوجيه ، التنظيم  
الدوافع المحركة ، تحديد العوانق ، الاستطلاع والاستفهام ، التمكين ، التنظيم

٢٤. من التوصيات الخاصة بالدراسة التي أجريت في الهيئة الملكية بالجبيل :

إتاحة فرص التعلم المستمر  
تشجيع التعلم والتعاون الجماعي  
تشجيع الاستفسار والحوار والتجريب  
جميع ما ذكر أعلاه

٢٥. من التوصيات الخاصة بالدراسة التي أجريت في جامعة الملك فيصل بالاحساء :

ترسيخ مفهوم المنظمة المتعلمة لدى قيادات جامعة الملك فيصل والموظفين من خلال إقامة الدورات المتخصصة وورش العمل  
إنشاء مركز للمعرفة والتعلم في الجامعة  
تسهيل تشكيل شبكات الأعمال الرسمية وغير الرسمية بين جامعة الملك فيصل وقطاع الأعمال والمؤسسات البحثية والتعليمية  
جميع ما ذكر أعلاه

## المحاضرة الثانية

٢٦. تحتاج تزامناً مع التحديات التنافسية تحتاج منظمات الاعمال الى قيادة لديها قدرة التكيف مع التغيير والجاهزية له ،

ولن يتحقق ذلك الامر ما لم تتوفر في تلك القيادة مجموعة من القدرات الرئيسية كـ :

القدرة على التنظيم  
القدرة على التفكير  
إدارة المعرفة  
جميع ما ذكر أعلاه

٢٧. تمت صياغة مصطلح القيادة التحويلية (Transformational Leadership) لأول مرة من قبل :

بيرنز (Burns)

تروفينو ( Trofino )

داونتون (Downton)

تيتشي وديفانا ( Tichy & Devanna )

٢٨. عرف بيرنز (Burns) القيادة التحويلية بأنها :

تعمل على تحويل التابعين إلى قادة متحكمين بقدراتهم ، وإلى قادة للتغيير القيادة التي تضع رؤية واضحة لمنظماتها ، وتعمل على إيجاد أنظمة منظمة جديدة كلياً تتوافق مع متطلبات المستقبل عملية إدراك الحاجة للتغيير وصنع رؤية جديدة من قبل القادة التحويليين داخل المنظمات عملية تحدث عندما يقوم شخص أو أكثر بالالتحام مع آخرين بطريقة تمكن القادة والتابعين من رفع بعضهم الآخر

٢٩. عرف تروفينو ( Trofino ) القيادة التحويلية بأنها :

تعمل على تحويل التابعين إلى قادة متحكمين بقدراتهم ، وإلى قادة للتغيير القيادة التي تضع رؤية واضحة لمنظماتها ، وتعمل على إيجاد أنظمة منظمة جديدة كلياً تتوافق مع متطلبات المستقبل عملية إدراك الحاجة للتغيير وصنع رؤية جديدة من قبل القادة التحويليين داخل المنظمات عملية تحدث عندما يقوم شخص أو أكثر بالالتحام مع آخرين بطريقة تمكن القادة والتابعين من رفع بعضهم الآخر

٣٠. عرف تيتشي وديفانا ( Tichy & Devanna ) القيادة التحويلية بأنها :

تعمل على تحويل التابعين إلى قادة متحكمين بقدراتهم ، وإلى قادة للتغيير القيادة التي تضع رؤية واضحة لمنظماتها ، وتعمل على إيجاد أنظمة منظمة جديدة كلياً تتوافق مع متطلبات المستقبل عملية إدراك الحاجة للتغيير وصنع رؤية جديدة من قبل القادة التحويليين داخل المنظمات عملية تحدث عندما يقوم شخص أو أكثر بالالتحام مع آخرين بطريقة تمكن القادة والتابعين من رفع بعضهم الآخر

٣١. عرف بينس ونانس ( Bennis & Nanus ) القيادة التحويلية بأنها :

تعمل على تحويل التابعين إلى قادة متحكمين بقدراتهم ، وإلى قادة للتغيير القيادة التي تضع رؤية واضحة لمنظماتها ، وتعمل على إيجاد أنظمة منظمة جديدة كلياً تتوافق مع متطلبات المستقبل عملية إدراك الحاجة للتغيير وصنع رؤية جديدة من قبل القادة التحويليين داخل المنظمات عملية تحدث عندما يقوم شخص أو أكثر بالالتحام مع آخرين بطريقة تمكن القادة والتابعين من رفع بعضهم الآخر

٣٢. يقصد بالتأثير المثالي او الكاريزما :

يعمل القائد التحويلي على ان يثير في المرؤوسين حب التحدي القائد التحويلي يعطي اهتمامه الشخصي لحاجات كل فرد لتحقيق الاتجاز والنمو، من خلال سلوكه كمدرّب وناصح ومتابع إيجاد القائد لرؤية واضحة وإحساس بالرسالة العليا للمنظمة وغرس روح الفخر في نفوس أتباعه قدرة القائد ورغبته في جعل أتباعه يتصدون للمشكلات القديمة بطرق جديدة

٣٣. يقصد بالدفع والالهام :

يعمل القائد التحويلي على ان يثير في المرؤوسين حب التحدي القائد التحويلي يعطي اهتمامه الشخصي لحاجات كل فرد لتحقيق الاتجاز والنمو، من خلال سلوكه كمدرّب وناصح ومتابع إيجاد القائد لرؤية واضحة وإحساس بالرسالة العليا للمنظمة وغرس روح الفخر في نفوس أتباعه قدرة القائد ورغبته في جعل أتباعه يتصدون للمشكلات القديمة بطرق جديدة

**٣٤. يقصد بالاهتمام الفردي :**

يعمل القائد التحويلي على ان يثير في المرؤوسين حب التحدي  
القائد التحويلي يعطي اهتمامه الشخصي لحاجات كل فرد لتحقيق الانجاز والنمو، من خلال سلوكه كمدرّب وناصح ومتابع  
إيجاد القائد لرؤية واضحة وإحساس بالرسالة العليا للمنظمة وغرس روح الفخر في نفوس أتباعه  
قدرة القائد ورغبته في جعل اتباعه يتصدون للمشكلات القديمة بطرق جديدة

**٣٥. يقصد بالتشجيع الإبداعي :**

يعمل القائد التحويلي على ان يثير في المرؤوسين حب التحدي  
القائد التحويلي يعطي اهتمامه الشخصي لحاجات كل فرد لتحقيق الانجاز والنمو، من خلال سلوكه كمدرّب وناصح ومتابع  
إيجاد القائد لرؤية واضحة وإحساس بالرسالة العليا للمنظمة وغرس روح الفخر في نفوس أتباعه  
قدرة القائد ورغبته في جعل اتباعه يتصدون للمشكلات القديمة بطرق جديدة

**٣٦. القائد التحويلي هو ذلك القائد الذي :**

يمتلك رؤية مستقبلية يسعى لتحقيقها ، ولديه القدرة على إقناع الآخرين بها عبر شخصيته الجذابة  
يقنع الآخرين بضرورة التطوير والتحسين من أجل الارتقاء بذواتهم عبر الارتقاء بالمنظمة  
يقدر على الإلهام والإبداع عبر اهتمامه بالمشاعر الفردية للعاملين معه  
جميع ما ذكر أعلاه

**٣٧. حدد هيلريقل وآخرون ( Hellriegel ) ست خصائص للقائد التحويلي منها :**

تركيز على ما هو مهم في المستقبل  
تحمل المخاطرة  
القدرة على ايجاد العدالة والتوازن في المعاملة  
جميع ما ذكر أعلاه

**٣٨. حدد بينيس Bunnis سمات القائد التحويلي في ثمانية خصائص منها :**

القدرة على الاتصال  
الاحساس بالآخرين  
تكوين الثقة المؤسسية  
جميع ما ذكر أعلاه

**٣٩. من الوظائف التي يمارسها القائد التحويلي :**

التركيز على العمل  
التركيز على الاتصال  
التركيز على العمل كفريق  
جميع ما ذكر أعلاه

**٤٠. يتم التركيز على العلاقات الإيجابية داخل وخارج المنظمة من خلال :**

تشجيع الآخرين على النقد والتعبير عن آرائهم بدون حدود  
التعامل مع آراء الآخرين باحترام  
مراقبة الآخرين فيما يتعلق بأفكارهم وآرائهم  
السعي إلى إصلاح وتعزيز العلاقة الرسمية مع العاملين

### المحاضرة الثالثة

#### ٤١. تكمن أهمية منظمات الاعمال في :

تمثل المصدر الاساسي لإنتاج السلع والخدمات  
تؤثر بشكل كبير على سلوك الافراد وتلعب دوراً مهماً في حياتهم  
تمثل اسواق عمل للأفراد ومصدر للتشغيل وامتصاص الطاقات البشرية  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ٤٢. تسونامي المعرفة : تسونامي كلمة يابانية تعني :

الامواج  
الزلازل  
المد الهائج  
الاعاصير

#### ٤٣. ساهمت تسونامي المعرفة في ازاحة ممارسات شائعة في القرن ٢٠ مثل :

وجود مديرين يهربون من التغيير  
غياب الرؤية المستقبلية المشتركة  
غياب استراتيجيات التميز التنافسي ورضا الزبائن  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ٤٤. من التحديات التي تواجه المنظمة (تحدي القيادة والموارد البشرية) وتشمل :

ازدياد فنة اصحاب المصالح المباشرين وغير المباشرين  
ادارة العمالة المؤقتة والطارئة  
الحاكمية ممارسة لضمان حقوق اصحاب المصالح  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ٤٥. من التحديات التي تواجه المنظمة (تحدي ارضاء اصحاب المصالح في ظل موارد نادرة) وتشمل :

ظهور مداخل جديدة للقيادة : التحويلية ، الرسالية ، النسائية ...  
ادارة المسار الوظيفي اساس تكوين محفظة مهارات العامل  
ندرة الموارد وصعوبة الحصول عليها بالكم والنوع والتوقيت والكلفة المناسبة  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ٤٦. من التحديات التي تواجه المنظمة (تحدي هندسة المعمارية التنظيمية) وتشمل :

التنظيمات المرنة / و التنظيمات المصفوفية  
التنظيمات الشبكية / والتنظيمات المقلوبة  
التنظيمات الافتراضية  
جميع ما ذكر أعلاه

٤٧. نظر لونغ (Long) الى بيئة المنظمات على انها بيئة العايب يتبارى فيها عدد من اللاعبين بما تعرف بـ :

اليمين العاصف واليسار العاصف  
الصعود العاصف والهبوط العاصف  
 الامام العاصف والخلف العاصف  
 الصعود الصاعد والهبوط الهابط

٤٨. من مؤشرات الصعود العاصف :

استغناء الشركات عن الموارد البشرية : شركة نيسان عن ٢٠٠٠٠٠ عامل  
 فقدت منطقة اليورو ١,٢ مليون وظيفة  
زيادة مبيعات الشركات من ٥,٥ تريليون في ١٩٩٠ الى ٧,٤ تريليون في ٢٠٠١  
 جميع ما ذكر أعلاه

٤٩. من مؤشرات الهبوط العاصف :

خسارة الشركات العالمية (بالمليار دولار) : فورد ٥,٩ ، شل ٢,٨ ، توشيبا  
 انخفاض مبيعات السيارات الفرنسية ١٣ %  
 استغناء الشركات عن الموارد البشرية : شركة نيسان عن ٢٠٠٠٠٠ عامل  
جميع ما ذكر أعلاه

٥٠. عملية فكرية تقوم على ربط المفاهيم بعضها ببعض وإدراك ما تشابه منها وما اختلف ومعرفة علاقات بعضها البعض :

القلب  
 المعرفة  
 الذكاء  
العقل

٥١. لماذا تعد الادارة عقل المنظمة ؟

لان الادارة هي تحديد الاهداف الربحية  
 لان الادارة هي الصناعة السابقة والحالية  
لان الادارة مجال حيوي يمد المنظمة بمقومات الحياة والبقاء  
 جميع ما ذكر أعلاه

٥٢. ما هي نتائج اعتبار الادارة عقل المنظمة ؟

تحقيق مؤشرات الاداء المنظمي  
 تأسيس منظمة متطورة اداريا  
 تكوين الكفاءات الجوهرية  
جميع ما ذكر أعلاه

٥٣. هو القدرة العقلية على التكيف للمواقف الجديدة او القدرة على التصرف وحل المشكلات :

القلب  
 المعرفة  
الذكاء  
 العقل



٥٤. اشار كيتلنك (Ketlinik) أن هناك عنصران استراتيجيان يعتمدان لانجاز الانشطة المنظمة وإضافة قيمة لها :

العقل والمعرفة  
المعرفة والذكاء  
العقل والذكاء  
الابداع والذكاء

٥٥. اكدت الدراسات على وجود علاقة قوية بين نجاح المنظمات وسمات ادارييها وقاداتها وفي مقدمتها سمة :

القلب  
المعرفة  
الذكاء  
العقل

٥٦. تتجسد مهمات الذكاء كذاكرة لفكر الادارة في :

الذكاء مستودع المعارف والمعلومات  
الذكاء مصدر لتحديث الافكار والرؤى والمعلومات عن البيئة التنافسية  
يمثل الذكاء قناة لتدوير الافكار  
جميع ما ذكر أعلاه

#### المحاضرة الرابعة

٥٧. يعرف تريغو وزيمرمان الذكاء الاستراتيجي بأنه :

ذكاء يتسم به قادة المنظمات عناصره الاستشراف ، تفكير النظم ، الرؤية المستقبلية ، الشراكة ، القدرة على تحفيز العاملين  
عملية منطقية لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح الى نتائج هامة او قرارات حاسمة  
الوظيفة التي تختص بتحليل المنافسين او فهم اهدافهم المستقبلية واستراتيجياتهم الحالية  
الوظيفة التي تختص بتحليل المنظمة او فهم اهدافها المستقبلية واستراتيجياتها الحالية

٥٨. يعرف ohansen الذكاء الاستراتيجي بأنه :

ذكاء يتسم به قادة المنظمات عناصره الاستشراف ، تفكير النظم ، الرؤية المستقبلية ، الشراكة ، القدرة على تحفيز العاملين  
عملية منطقية لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح الى نتائج هامة او قرارات حاسمة  
الوظيفة التي تختص بتحليل المنافسين او فهم اهدافهم المستقبلية واستراتيجياتهم الحالية  
الوظيفة التي تختص بتحليل المنظمة او فهم اهدافها المستقبلية واستراتيجياتها الحالية

٥٩. يعرف Maccoby الذكاء الاستراتيجي بأنه :

ذكاء يتسم به قادة المنظمات عناصره الاستشراف ، تفكير النظم ، الرؤية المستقبلية ، الشراكة ، القدرة على تحفيز العاملين  
عملية منطقية لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح الى نتائج هامة او قرارات حاسمة  
الوظيفة التي تختص بتحليل المنافسين او فهم اهدافهم المستقبلية واستراتيجياتهم الحالية  
الوظيفة التي تختص بتحليل المنظمة او فهم اهدافها المستقبلية واستراتيجياتها الحالية

## ٦٠. نستنتج من جميع التعاريف بأن الذكاء الاستراتيجي هو :

ذكاء يوسم به قادة المنظمات ممن يتمتعون بالرؤية المستقبلية والشراكة والقدرة على تحفيز العاملين  
 ذكاء يتسم به قادة المنظمات عناصره الاستشراف، تفكير النظم، الرؤية المستقبلية، الشراكة، القدرة على تحفيز العاملين  
 عملية منطقية لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح الى نتائج هامة او قرارات حاسمة  
 الوظيفة التي تختص بتحليل المنافسين او فهم اهدافهم المستقبلية واستراتيجياتهم الحالية

## ٦١. من اهداف الذكاء الاستراتيجي :

تشكيل القناعات لدى صناع القرارات والسياسات بوجوب الوصول الى قرارات وسياسات ابداعية  
 تطوير مهمة جمع المعلومات وتحليلها ( الزبائن ، المجهزين ، الشركاء )  
 تقديم الافكار الهادفة الى تحويل الابتكارات والاختراعات الى سلع قابلة للتداول  
جميع ما ذكر أعلاه

## ٦٢. نقصد بالاستشراف :

القدرة على توليف ودمج العناصر اكثر من فصلها الى اجزاء ثم تحليلها  
 قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه  
امكانية اسقاط حالة العالم الراهنة على المستقبل بإبصار تطوره مستقبلا، وتمييز ما يمكن تجنبه والتأثير فيه، والسيطرة عليه  
 قدرة القائد على اقامة تحالفات استراتيجية

## ٦٣. نقصد بالتفكير بمنطق النظم :

القدرة على توليف ودمج العناصر اكثر من فصلها الى اجزاء ثم تحليلها  
 قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه  
 قدرة القائد على اقامة تحالفات استراتيجية  
 قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى اعادة تشكيل عناصر الخبرة في اشكال جديدة

## ٦٤. نقصد بالرؤية المستقبلية :

قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشيئ حصل سابقا وينتظر نتيجته  
 قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه  
 قدرة القائد على اقامة تحالفات استراتيجية  
 قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى اعادة تشكيل عناصر الخبرة في اشكال جديدة

## ٦٥. نقصد بالشراكة :

قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشيئ حصل سابقا وينتظر نتيجته  
 قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه  
قدرة القائد على اقامة تحالفات استراتيجية  
 قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى اعادة تشكيل عناصر الخبرة في اشكال جديدة

## ٦٦. نقصد بالدافعية :

قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشيئ حصل سابقا وينتظر نتيجته  
 قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه  
قدرة القائد على اقامة تحالفات استراتيجية  
 قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى اعادة تشكيل عناصر الخبرة في اشكال جديدة

**٦٧. نقصد بالحدس :**

قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشيئ حصل سابقا وينتظر نتيجته  
 قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه  
قدرة متخذ القرار على الاستجابة السريعة باعتماد الظن والتخمين المتكون من الخبرة الشخصية  
 قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى اعادة تشكيل عناصر الخبرة في اشكال جديدة

**٦٨. نقصد بالابداع :**

قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشيئ حصل سابقا وينتظر نتيجته  
 قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه  
 قدرة متخذ القرار على الاستجابة السريعة باعتماد الظن والتخمين المتكون من الخبرة الشخصية  
قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى اعادة تشكيل عناصر الخبرة في اشكال جديدة

**٦٩. حسب ستينبرغ Steinberg تتمثل خصائص الذكاء الاستراتيجي في :**

اعتماد الفرضيات والسيناريوهات المستقبلية في تحقيق نتائج افضل  
 اعتماد القائد الذكي استراتيجيا التركيز طويل الامد  
 تمتعه بنظرة عميقة عن بيئة الصناعة ، كيف يتطور هيكلها مثلا  
جميع ما ذكر أعلاه

**٧٠. بشكل عام يوصف القادة الأذكياء استراتيجياً بالتالي :**

انهم كالمحاربين يتصرفون بحسم (يقولون ويفعلون)  
 هم ذو حكمة واستقامة ، ويحفزون الاخرين على الاداء المتميز  
 التمتع بثقة عالية بالنفس  
جميع ما ذكر أعلاه

---

 المحاضرة الخامسة
 

---

**٧١. الازمة هي :**

خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة يترتب عليها تطورات غير متوقعة  
 خلل يؤثر تأثيرا ماديا على النظام بأكمله ، كما انه يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها هذا النظام  
 حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرارا ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت ام ايجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة  
جميع ما ذكر أعلاه

**٧٢. من خصائص الأزمة :**

توقع حدوثها  
التعقيد والتشابك والتداخل  
 ان مواجهتها تتطلب المحافظة على الانماط التنظيمية المألوفة  
 جميع ما ذكر أعلاه

**٧٣. من خصائص الأزمة كذلك :**

انها تسبب في بدايتها صدمة ودرجة عالية من التوتر  
ان مصدر الخطر او الازمة يشكل تهديدا لمصالح الكيان الاداري  
وجود مجموعة من القوى ذات الاتجاهات الضاغطة على الكيان الاداري وعلى متخذ القرار  
جميع ما ذكر أعلاه

**٧٤. من أسباب الأزمات :**

الرغبة في الابتزاز  
سوء الادراك  
سوء الفهم الراجع لخطأ في استقبال المعلومات المتاحة  
جميع ما ذكر أعلاه

**٧٥. من أسباب الأزمات كذلك :**

الأدراك الفعال  
القدرة على التقدير والتقديم  
الادارة العشوائية  
جميع ما ذكر أعلاه

**٧٦. أنواع الأزمات على مستوى التكرار :**

أزمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث مثل أزمة المياه في الصيف - أزمة فجائية غير متكررة مثل الامطار  
أزمة غير عمدية - أزمة عمدية  
محلية - اقليمية  
أزمة الزاحفة مثل أزمة الديون الخارجية - الأزمة العنيفة الفجائية مثل أزمة الرهائن

**٧٧. أنواع الأزمات على مستوى المظهر :**

أزمة طويلة الامد - أزمة قصيرة الامد  
أزمة غير عمدية - أزمة عمدية  
أزمة عميقة جوهرية هيكلية التأثير - أزمة سطحية غير عميقة هامشية التأثير  
أزمة الزاحفة مثل أزمة الديون الخارجية - الأزمة العنيفة الفجائية مثل أزمة الرهائن

**٧٨. أنواع الأزمات بتصنيف (المستوى) :**

أزمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث مثل أزمة المياه في الصيف - أزمة فجائية غير متكررة مثل الامطار  
أزمة غير عمدية - أزمة عمدية  
محلية - اقليمية  
أزمة الزاحفة مثل أزمة الديون الخارجية - الأزمة العنيفة الفجائية مثل أزمة الرهائن

**٧٩. أنواع الأزمات على مستوى العمق :**

أزمة طويلة الامد - أزمة قصيرة الامد  
أزمة غير عمدية - أزمة عمدية  
أزمة عميقة جوهرية هيكلية التأثير - أزمة سطحية غير عميقة هامشية التأثير  
أزمة الزاحفة مثل أزمة الديون الخارجية - الأزمة العنيفة الفجائية مثل أزمة الرهائن

## ٨٠. أنواع الأزمات على مستوى المدة الزمنية :

أزمة طويلة الامد - أزمة قصيرة الامد  
 أزمة غير عمدية - أزمة عمدية  
 أزمة عميقة جوهرية هيكلية التأثير - أزمة سطحية غير عميقة هامشية التأثير  
 الأزمة الزاحفة مثل أزمة الديون الخارجية - الأزمة العنيفة الفجائية مثل أزمة الرهائن

## ٨١. أنواع الأزمات على مستوى الهدف :

أزمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث مثل أزمة المياه في الصيف - أزمة فجائية غير متكررة مثل الامطار  
أزمة غير عمدية - أزمة عمدية  
 محلية - اقليمية  
 الأزمة الزاحفة مثل أزمة الديون الخارجية - الأزمة العنيفة الفجائية مثل أزمة الرهائن

## ٨٢. أمثلة على الأزمات الجزئية :

انخفاض حاد في المبيعات ، إنتاج سلع فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات  
 انخفاض الطلب على المشروبات في الشتاء ، أزمة عدم توافر القوى العاملة في مواسم الحصاد  
حريق في أحد عنابر الإنتاج ، اعتصام لبعض العاملين في أحد الأقسام  
 أزمة الثقة ، تدهور الولاء

## ٨٣. أمثلة على الأزمات المعنوية :

انخفاض حاد في المبيعات ، إنتاج سلع فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات  
 الإشاعات الداخلية المحدودة ، عمل تخريبي في بعض أجزاء الكيان الإداري  
 حريق في أحد عنابر الإنتاج ، اعتصام لبعض العاملين في أحد الأقسام  
أزمة الثقة ، تدهور الولاء

## ٨٤. أمثلة على الأزمات المادية :

انخفاض حاد في المبيعات ، إنتاج سلع فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات  
 انخفاض الطلب على المشروبات في الشتاء ، أزمة عدم توافر القوى العاملة في مواسم الحصاد  
 حريق في أحد عنابر الإنتاج ، اعتصام لبعض العاملين في أحد الأقسام  
 أزمة الثقة ، تدهور الولاء

## ٨٥. أمثلة على الأزمات البسيطة :

انخفاض حاد في المبيعات ، إنتاج سلع فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات  
الإشاعات الداخلية المحدودة ، عمل تخريبي في بعض أجزاء الكيان الإداري  
 حريق في أحد عنابر الإنتاج ، اعتصام لبعض العاملين في أحد الأقسام  
 أزمة الثقة ، تدهور الولاء

## ٨٦. أمثلة على الأزمات المتكررة :

انخفاض حاد في المبيعات ، إنتاج سلع فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات  
انخفاض الطلب على المشروبات في الشتاء ، أزمة عدم توافر القوى العاملة في مواسم الحصاد  
 حريق في أحد عنابر الإنتاج ، اعتصام لبعض العاملين في أحد الأقسام  
 أزمة الثقة ، تدهور الولاء

### ٨٧. من السمات المشتركة للأزمات :

انها حدث مفاجي  
انها تهدد مصلحة قومية  
تقليل الخسارة الى الحد الادنى  
جميع ما ذكر أعلاه

### ٨٨. أول مراحل تطور الأزمات :

مرحلة الانحسار والتقلص  
مرحلة الميلاد والظهور  
مرحلة النمو والانتساع  
مرحلة النضج

### ٨٩. تنشأ هذه المرحلة نتيجة لعدم معالجة المرحلة الأولى في الوقت المناسب :

مرحلة الانحسار والتقلص  
مرحلة الميلاد والظهور  
مرحلة النمو والانتساع  
مرحلة النضج

### ٩٠. تصل الأزمة خلال هذه المرحلة إلى أقصى قوتها وعنفها ، وتصبح السيطرة عليها مستحيلة :

مرحلة الانحسار والتقلص  
مرحلة الميلاد والظهور  
مرحلة النمو والانتساع  
مرحلة النضج

### ٩١. ضمن هذه المرحلة يتعاضم الإحساس بالأزمة ولا يستطيع متخذ القرار أن ينكر وجودها أو يتجاهلها :

مرحلة الانحسار والتقلص  
مرحلة الميلاد والظهور  
مرحلة النمو والانتساع  
مرحلة النضج

### ٩٢. تصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل شبه كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاشى مظاهرها :

مرحلة الانحسار والتقلص  
مرحلة الإختفاء او ما بعد الازمة  
مرحلة النمو والانتساع  
مرحلة النضج

### ٩٣. بعض الأزمات تتجدد لها قوة دفع أخرى ، عندما يفشل الصدام في تحقيق أهدافه وتصبح الأزمات في هذه الحالة :

كالجبال الثابتة  
كالعواصف  
كأمواج البحر  
كالشلالات

٩٤. تعد من أخطر مراحل الأزمة ، ومن النادر أن تصل الأزمة إلى مثل هذه المرحلة :

- مرحلة الانحسار والتقلص
- مرحلة الاختفاء او ما بعد الازمة
- مرحلة النمو والانتساع
- مرحلة النضج

### المحاضرة السادسة

٩٥. هي مجموعة الاستعدادات والجهود الادارية التي تبذل لمواجهة او الحد من الدمار المترتب على الازمة :

- تنظيم الأزمات
- إدارة الأزمات
- تخطيط الأزمات
- مراقبة الأزمات

٩٦. إدارة الأزمات هي :

- علم صناعة الازمات للتحكم والسيطرة على الاخرين
- قدرة المنظمة على التعامل بسرعة وكفاءة وفاعلية مع العمليات الموقفية
- تقوم على افعال الازمات وايجادها من عدم كوسيلة للتغطية والتمويه على المشاكل القائمة
- جميع ما ذكر أعلاه

٩٧. تقوم على افعال الازمات وايجادها من عدم كوسيلة للتغطية والتمويه على المشاكل القائمة التي تواجه الكيان الاداري :

- الأزمات الإدارية
- إدارة الأزمات
- الإدارة بالأزمات
- مراقبة الأزمات

٩٨. من أهم مواصفات الإدارة بالأزمات :

- الاعداد المبكر
- تهيئة المسرح الازموي
- توزيع الادوار على قوى صنع الازمة
- جميع ما ذكر أعلاه

٩٩. من مبادئ التعامل مع الأزمة :

- التعاون في معالجة الازمة
- الاقتصاد في استخدام القوة
- التفوق في السيطرة على الاحداث
- جميع ما ذكر أعلاه

### ١٠٠. يقصد باستراتيجية وقف النمو :

تصلح مع الازمات الجارفة التي يصعب الوقوف امامها يتم استخدامها في حالة مواجهة ازمة مجهولة مواجهة ازمة متعلقة بالقيم ، وفي حالة الانتشار السريع تقوم على مبدأ قبول الامر الواقع وبذل الجهد لمنع التدهور وضمان عدم الوصول الى الانفجار التي يقف وراء الازمة من خلال التشكيك فيهن والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة به بشكل ضعيف

### ١٠١. يقصد باستراتيجية تصعيد الأزمة :

تقوم على التحليل الدقيق والشامل بهدف تجزئتها الى اجزاء يتم استخدامها في حالة مواجهة ازمة مجهولة مواجهة ازمة متعلقة بالقيم ، وفي حالة الانتشار السريع من خلال دفع القوى المشاركة في صناعة الازمة الى مرحلة متقدمة تظهر فيها الخلافات وتسرع بالصراع بينها التي يقف وراء الازمة من خلال التشكيك فيهن والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة به بشكل ضعيف

### ١٠٢. يقصد باستراتيجية تغيير مسار الأزمة :

تصلح مع الازمات الجارفة التي يصعب الوقوف امامها يتم استخدامها في حالة مواجهة ازمة مجهولة مواجهة ازمة متعلقة بالقيم ، وفي حالة الانتشار السريع تقوم على مبدأ قبول الامر الواقع وبذل الجهد لمنع التدهور وضمان عدم الوصول الى الانفجار التي يقف وراء الازمة من خلال التشكيك فيهن والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة به بشكل ضعيف

### ١٠٣. يقصد باستراتيجية العنف :

تصلح مع الازمات الجارفة التي يصعب الوقوف امامها يتم استخدامها في حالة مواجهة ازمة مجهولة مواجهة ازمة متعلقة بالقيم ، وفي حالة الانتشار السريع تقوم على مبدأ قبول الامر الواقع وبذل الجهد لمنع التدهور وضمان عدم الوصول الى الانفجار التي يقف وراء الازمة من خلال التشكيك فيهن والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة به بشكل ضعيف

### ١٠٤. يقصد باستراتيجية التجزئة :

تقوم على التحليل الدقيق والشامل بهدف تجزئتها الى اجزاء يتم استخدامها في حالة مواجهة ازمة مجهولة مواجهة ازمة متعلقة بالقيم ، وفي حالة الانتشار السريع من خلال دفع القوى المشاركة في صناعة الازمة الى مرحلة متقدمة تظهر فيها الخلافات وتسرع بالصراع بينها التي يقف وراء الازمة من خلال التشكيك فيهن والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة به بشكل ضعيف

### ١٠٥. يقصد باستراتيجية اجهاض الفكر والقيم والاتجاهات :

تقوم على التحليل الدقيق والشامل بهدف تجزئتها الى اجزاء يتم استخدامها في حالة مواجهة ازمة مجهولة مواجهة ازمة متعلقة بالقيم ، وفي حالة الانتشار السريع من خلال دفع القوى المشاركة في صناعة الازمة الى مرحلة متقدمة تظهر فيها الخلافات وتسرع بالصراع بينها التي يقف وراء الازمة من خلال التشكيك فيهن والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة به بشكل ضعيف

### ١٠٦. من المتطلبات الادارية للتعامل مع الازمات :

تبسيط الإجراءات وتسهيلها  
تحديد الأولويات  
التواجد المستمر في مواقع الأحداث  
جميع ما ذكر أعلاه



١٠٧. لا يجوز إخضاع الأزمة للتعامل بنفس الإجراءات التقليدية ، فالأزمة عادة ما تكون :

متشعبة  
حادة وعنيفة  
كبيرة جداً  
جميع ما ذكر أعلاه

١٠٨. يقوم المنهج الإداري على أربع وظائف أساسية هي :

المالية ، الموارد البشرية ، الانتاج ، التسويق  
البيع ، الشراء ، الاستثمار ، الادخار  
التخطيط ، التنظيم ، التوجيه ، المتابعة  
التخطيط الاستراتيجي ، التخطيط التكتيكي ، التخطيط الإداري ، التخطيط التشغيلي

١٠٩. من معوقات إدارة الأزمات :

نحن في بدء النشاط ولا نتوقع حدوث أزمات بالمعنى الذي يستدعي وجود إدارة للأزمات  
هناك من سينقذنا عند وقوع الأزمة ، الحكومة مثلاً  
سوف تقع يعني سوف تقع .. إذا قدر لها ذلك - وحتى إذا استعدادنا لها  
جميع ما ذكر أعلاه

١١٠. من ملامح استراتيجية ادارة الأزمات في المنظور الإسلامي :

تجنب الأزمة والأعداد لإدارة الأزمة  
الاعتراف بوجود أزمة  
الاستفادة من الأزمة  
جميع ما ذكر أعلاه

١١١. يشترط في إدارة الأزمة من وجهه إسلامية :

اختيار بديل حل الأزمة بما يحقق مصلحة البلد والفريق  
العمل المنفرد داخل فريق الأزمة  
التشاؤم  
جميع ما ذكر أعلاه

١١٢. تعرضت للآلاف من محاولات الفاشلة ونجحت في التصدي لها بحكم أنظمتها المتطورة :

الخطوط السعودية الجوية  
أرامكو  
سابك  
بنك الراجحي

## المحاضرة السابعة

١١٣. تزامنا مع التغييرات التنافسية بدأت الكثير من منظمات الأعمال بإعادة النظر بمسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية في

ممارساتها :

التخطيطية الداخلية والخارجية  
الإنتاجية والتسويقية  
 التنظيمية  
 للمراقبة والإشراف

١١٤. أدى زيادة اهتمام تلك المنظمات بالبعد البيني ضمن استراتيجياتها وسياساتها التسويقية الى ظهور شكل جديد في

التسويق عرف بـ :

التسويق الأخضر  
 التسويق الاحمر  
 التسويق الفعال  
 التسويق الأزرق

١١٥. يعرف التسويق الأخضر بـ :

عملية بيع المنتجات والخدمات والتي تتسم في كونها أكثر ربحية  
 عملية بيع المنتجات والخدمات والتي تتسم في كونها أقل تكلفة  
 عملية بيع المنتجات والخدمات والتي تتسم في كونها أسرع أنتاجاً  
عملية بيع المنتجات والخدمات والتي تتسم في كونها صديقة للبيئة

١١٦. التسويق الاخضر هو مدخل اداري مبدع يهدف الى تحقيق الموازنة ما بين :

حاجات المنافسين ومتطلبات البيئة وهدف الربحية  
حاجات الزبائن ومتطلبات البيئة وهدف الربحية  
 حاجات اصحاب الملكية ومتطلبات البيئة وهدف تقليل التكلفة  
 حاجات الحكومة ومتطلبات البيئة وهدف الربحية

١١٧. التسويق الاخضر يشمل :

كل القطاعات الاقتصادية  
 كل القطاعات الحكومية  
 كل القطاعات السياسية  
 كل القطاعات البيئية

١١٨. من المعنى المختلف لمصطلح الاخضر :

توجه ذو بعد سياسي  
 نشاط غير هادف للربح  
 دعم الحركة الاستهلاكية وحماية المستهلك  
جميع ما ذكر أعلاه

١١٩. من مبررات ظهور التسويق الأخضر :

ضعف الوعي لدى القليل من المنظمات  
عدم الاهتمام بالبيئة  
الاستهلاك المنظم للموارد الطبيعية  
جميع ما ذكر أعلاه

١٢٠. أول مرحلة من مراحل تطور التسويق الأخضر :

مرحلة الحركة الاستهلاكية والتوجه البيئي  
مرحلة التسويق الأخضر  
مرحلة المسؤولية الاجتماعية والتسويق  
ليس مما ذكر أعلاه

١٢١. هي حركة اجتماعية تهدف الى تثبيت حقوق الافراد والمستهلكين وتذكير المسوقين بمسؤولياتهم الاجتماعية :

مرحلة الحركة الاستهلاكية والتوجه البيئي  
مرحلة التسويق الأخضر  
مرحلة المسؤولية الاجتماعية والتسويق  
ليس مما ذكر أعلاه

١٢٢. ظهر مصطلح التسويق الأخضر لأول مرة في ورشة العمل التي اقامتها :

جمعية التسويق الامريكية عام ١٩٨٥  
جمعية التسويق الامريكية عام ١٩٧٥  
جمعية حماية البيئة الامريكية عام ١٩٧٥  
جمعية حماية البيئة الامريكية عام ١٩٨٥

١٢٣. من معوقات تطبيق التسويق الأخضر :

القبول الاجتماعي للمنظمة  
ارضاء حاجات ورغبات المالكين من خلال تجنب المنافسة التقليدية  
الارتفاع النسبي لأسعار المنتجات الخضراء  
جميع ما ذكر أعلاه

١٢٤. من النتائج المحققة من التسويق الأخضر :

القبول الاجتماعي للمنظمة  
ارضاء حاجات ورغبات المالكين من خلال تجنب المنافسة التقليدية  
تحقيق الامان في تقديم المنتجات وإدارة العمليات من خلال تخفيض التلف ونسبة التلوث  
جميع ما ذكر أعلاه

## المحاضرة الثامنة

١٢٥. يتمثل المستهلك الاخضر في ذلك الشخص الذي يحمل قلماً تجاه البيئة ويقوم بشراء المنتجات التي تكون صديقة للبيئة

وفي الغالب هي:

منتجات صناعية ، ولا تحدث تلوث للبيئة  
منتجات طبيعية ، ولا تحدث تلوث للبيئة  
 منتجات صناعية ، وتحدث تلوث للبيئة  
 منتجات طبيعية ، وتحدث تلوث للبيئة

١٢٦. هو ذلك الفرد الذي يكون مهتم بالبيئة وملتزم بالقضايا التي تتناولها :

المستهلك الصناعي  
المستهلك الاخضر  
 المستهلك النباتي  
 المستهلك الاقتصادي

١٢٧. من خصائص المستهلك الاخضر :

يمتلك ثقافة تمكنه من تقييم الاعمال والمنتجات المتوافقة مع البيئة  
 الالتزام الذاتي والواضح بأساليب وأنماط الحياة الخضراء  
 رفض الممارسات التي تلحق ضرراً بالبيئة  
جميع ما ذكر أعلاه

١٢٨. مجموعة ترغب في الانخراط في نشاطات بيئية من وقت لآخر :

المشتررون الخضريين  
البراعم  
 المتقدمون  
 الخضريين شديدي الاخلاص

١٢٩. هم المستهلكون الخضريين الحقيقيون الذين يتميزون بامتلاكهم وعياً عالاً ويؤمنون بشدة بالقيم الاجتماعية والبيئية :

المشتررون الخضريين  
 البراعم  
 المتقدمون  
الخضريين شديدي الاخلاص

١٣٠. يبتعدون عن اللون الاخضر تماماً فهم غير مهتمون بالقضايا البيئية وغير متآلفين معها :

المشتررون الخضريين  
 البراعم  
 المتقدمون  
اللامبالون

١٣١. فئة من المستهلكين ليس لديهم اهتمام بمشكلات البيئة ولا يؤمنون بدورهم فيها وان المسؤولية تقع على عاتق الدولة :

المشتررون الخضّر  
البراعم  
المتذمرون  
اللامبالون

١٣٢. هم على استعداد في معظم الاحيان لدفع مبالغ اضافية (حتى زيادة ٢٢ %) من اجل شراء منتجات خضراء :

المشتررون الخضّر  
البراعم  
المتذمرون  
اللامبالون

١٣٣. من ممارسات المستهلك الاخضر :

دعم وتشجيع المنتجين المحليين اللذين يقدمون منتجات خضراء ودفع سعر تعبيراً عن التشجيع  
دعم واستخدام المصادر البديلة للطاقة  
الاتصال عبر البريد الالكتروني وطباعة الضروري من الوثائق  
جميع ما ذكر أعلاه

١٣٤. يتكون المزيج التسويقي الاخضر من :

المنتج - السعر - الزبائن - الترويج  
المنتج - السعر - الزبائن - التوزيع  
المنتج - السعر - التوزيع - الترويج  
المنتج - السعر - التوزيع - التغليف

١٣٥. من انواع استراتيجيات التسويق الاخضر :

استراتيجية الخضراء الهجومية  
استراتيجية الخضراء الدفاعية  
استراتيجية الحمراء الدفاعية  
استراتيجية الحمراء الهجومية

١٣٦. استراتيجية الخضراء الدفاعية :

توجه منخفض في تحضير الشركة لأعمالها ويقابلها درجة منخفضة ايضا في توجهها نحو تجزئة السوق الاخضر  
توجه متميز في تحضير الشركة لأعمالها مع توجه منخفض نحو تجزئة السوق  
توجه اخضر صارم او شديد في عمل الشركة في منتجاتها او تعاملها مع البيئة الطبيعية  
تمثل العلاقة بين توجه مرتفع نحو تجزئة السوق الاخضر وبدرجة منخفضة من التمايز في توجهها الاخضر

١٣٧. استراتيجية الظل الاخضر :

توجه منخفض في تحضير الشركة لأعمالها ويقابلها درجة منخفضة ايضا في توجهها نحو تجزئة السوق الاخضر  
توجه متميز في تحضير الشركة لأعمالها مع توجه منخفض نحو تجزئة السوق  
توجه اخضر صارم او شديد في عمل الشركة في منتجاتها او تعاملها مع البيئة الطبيعية  
تمثل العلاقة بين توجه مرتفع نحو تجزئة السوق الاخضر وبدرجة منخفضة من التمايز في توجهها الاخضر

### ١٣٨. الاستراتيجية المائلة للاخضرار :

توجه منخفض في تحضير الشركة لأعمالها ويقابلها درجة منخفضة ايضا في توجهها نحو تجزئة السوق الاخضر  
توجه متميز في تحضير الشركة لأعمالها مع توجه منخفض نحو تجزئة السوق  
توجه اخضر صارم او شديد في عمل الشركة في منتجاتها او تعاملها مع البيئة الطبيعية  
تمثل العلاقة بين توجه مرتفع نحو تجزئة السوق الاخضر وبدرجة منخفضة من التمايز في توجهها الاخضر

### ١٣٩. الاستراتيجية الشديدة الخضرة :

توجه منخفض في تحضير الشركة لأعمالها ويقابلها درجة منخفضة ايضا في توجهها نحو تجزئة السوق الاخضر  
توجه متميز في تحضير الشركة لأعمالها مع توجه منخفض نحو تجزئة السوق  
توجه اخضر صارم او شديد في عمل الشركة في منتجاتها او تعاملها مع البيئة الطبيعية  
تمثل العلاقة بين توجه مرتفع نحو تجزئة السوق الاخضر وبدرجة منخفضة من التمايز في توجهها الاخضر

### ١٤٠. تنصب التوجهات الاستراتيجية للشركات بشكل عام على ثلاث ابعاد هي :

الأنسان - الطاقة - المصادر  
الموارد - التقنية - المصادر  
الأنسان - الطاقة - المصادر  
الموارد - البيئة - المصادر

### ١٤١. من اسباب التوجه الاستراتيجي للشركات نحو المنتجات الخضراء :

زيادة الحصة السوقية بالوصول الى المستهلكين من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة  
تخفيض تكاليف التشغيل بالالتزام بمعايير العمل لتحسين كفاءة الانتاج  
تحقيق المنافع غير الملموسة كزيادة سمعة ومكانة الشركة في ذهنية المستهلك  
جميع ما ذكر أعلاه

## المحاضرة التاسعة

### ١٤٢. يعد مفتاح النجاح لشركات الاعمال من خلال تحديده لرغبات واحتياجات العملاء والعمل على اشباعها بكفاءة وفاعلية :

الانتاج  
المراقبة  
الموارد البشرية  
التسويق

### ١٤٣. عرف Mark Scent التسويق الالكتروني بأنه :

وظيفة تنظيمية ويتمثل بمجموعة من العمليات التي تحدد لخلق الاتصال وتسليم القيمة الى الموزعين  
وظيفة تنظيمية ويتمثل بمجموعة من العمليات التي تحدد لخلق الاتصال وتسليم القيمة الى الزبون  
كافة الانشطة التي تنفذ من خلال القنوات التقليدية لإيجاد حل وجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الارباح  
كافة الانشطة التي تنفذ من خلال الانترنت لإيجاد حل وجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الارباح

#### ١٤٤ . جمعية التسويق الأمريكية تعرف التسويق الإلكتروني بأنه :

وظيفة تنظيمية ويتمثل بمجموعة من العمليات التي تحدد لخلق الاتصال وتسليم القيمة الى الموزعين  
وظيفة تنظيمية ويتمثل بمجموعة من العمليات التي تحدد لخلق الاتصال وتسليم القيمة الى الزبون  
كافة الانشطة التي تنفذ من خلال القنوات التقليدية لإيجاد حل وجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الارباح  
كافة الانشطة التي تنفذ من خلال الانترنت لإيجاد حل وجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الارباح

#### ١٤٥ . من نماذج العمل للتسويق الإلكتروني :

التجارة الإلكترونية وبيع السلع بشكل مباشر للزبائن (B2B)  
اعمال تجارية من منظمة لأخرى (B2C)  
من مستهلك الى مستهلك (C2C)  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٤٦ . الاعمال الإلكترونية هي :

جزء من الاعمال الإلكترونية التي تتضمن الوسط الإلكتروني لانجاز الاهداف التسويقية للمنظمة  
جزء من الاعمال الإلكترونية التي تتم بواسطة الوسط الإلكتروني والتي تتضمن صفقات تجارية  
كيان واسع جدا يتعامل مع كامل النظام المعقد الذي يشمل الاعمال التي تستخدم الوسط الإلكتروني  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٤٧ . التجارة الإلكترونية هي :

جزء من الاعمال الإلكترونية التي تتضمن الوسط الإلكتروني لانجاز الاهداف التسويقية للمنظمة  
جزء من الاعمال الإلكترونية التي تتم بواسطة الوسط الإلكتروني والتي تتضمن صفقات تجارية  
كيان واسع جدا يتعامل مع كامل النظام المعقد الذي يشمل الاعمال التي تستخدم الوسط الإلكتروني  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٤٨ . التسويق الإلكتروني :

جزء من الاعمال الإلكترونية التي تتضمن الوسط الإلكتروني لانجاز الاهداف التسويقية للمنظمة  
جزء من الاعمال الإلكترونية التي تتم بواسطة الوسط الإلكتروني والتي تتضمن صفقات تجارية  
كيان واسع جدا يتعامل مع كامل النظام المعقد الذي يشمل الاعمال التي تستخدم الوسط الإلكتروني  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٤٩ . يمكن لرجل التسويق الاعتماد على شبكة الانترنت في مجالات عديدة منها :

البيع - الاعلان - الشراء  
المنتجات الجديدة - التوزيع  
خدمة الزبائن - بحوث التسويق  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٥٠ . من اهداف التسويق الإلكتروني :

زيادة نطاق السوق من السوق المحلي الى السوق الدولي  
تخفيض التكاليف وتحقيق السرعة في اداء الاعمال  
الترويج والتوزيع للمنتجات  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٥١. من ابعاد التسويق الالكتروني :

امكانية دخول المستهلكين الى الموقع والتسوق منه في الوقت المناسب لهم  
 ضرورة اهتمام المنظمة بتصميم موقعها الالكتروني بشكل جذاب والتركيز على اهتمامات العملاء  
 فخلاف التكلفة لا توجد قيود على كمية المعلومات المعروضة خلال ٢٤ ساعة على الانترنت  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٥٢. من اختلافات التسويق الالكتروني عن التسويق التقليدي :

اعتماد التسويق الالكتروني على السوق الجماهيري وليس على شبكة الانترنت  
 خضوع التسويق الالكتروني لقيود الزمان والمكان والتكلفة كما هو متعارف عليه في الاسواق التقليدية  
عمق ودقة المسح البيئي على شبكة الانترنت (كمسح المنافسين، المسح التكنولوجي،...) مقارنة بالمسح التقليدي  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٥٣. من مزايا التسويق الالكتروني:

امكانية الوصول الى قطاعات سوقية مختلفة  
 زيادة التفاعل وتبادل المعلومات بين طرفي عملية تبادل  
 انجاز المعاملات إلكترونياً وبتكلفة منخفضة قياساً بالطرق التقليدية  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٥٤. من التحديات التي تواجه التسويق الالكتروني :

الامن وخصوصية المستهلك  
 تطور تكنولوجيا المواقع الالكترونية  
 عدم الثقة في وسائل الدفع الالكترونية  
جميع ما ذكر أعلاه

## المحاضرة العاشرة

### ١٥٥. الثقافة هي :

مجموعة القيم والعادات والتقاليد والمعتقدات السائدة في مجتمع ما وكذلك الانتاج المعنوي الذي يعكس تلك القيم  
 مجموعة القيم والعادات والتقاليد والمعتقدات السائدة في مجتمع ما وكذلك الانتاج البشري الذي يعكس تلك القيم  
مجموعة القيم والعادات والتقاليد والمعتقدات السائدة في مجتمع ما وكذلك الانتاج المادي الذي يعكس تلك القيم  
 مجموعة القيم والعادات والتقاليد والمعتقدات السائدة في مجتمع ما وكذلك الانتاج الثقافي الذي يعكس تلك القيم

### ١٥٦. تتميز الثقافة بما يلي :

انها تنشأ عن الحياة الاجتماعية البشرية  
 تنتقل من جيل الى جيل على شكل نظم وتقاليد وعادات وأفكار ومعارف  
 انها قابلة للتعديل والتغيير  
جميع ما ذكر أعلاه



### ١٥٧. الشركات متعددة الثقافات هي :

الشركات التي تمتلك موارد أنتاجية من أجهزة ومعدات اذا ما احسن ادارتها وتوظيف كامل قدراتها  
الشركات التي تمتلك موارد بشرية من خلفيات وخبرات وثقافات متنوعة اذا ما احسن ادارتها وتوظيف كامل قدراتها  
الشركات التي تمتلك موارد مادية من راس مال وسندات اذا ما احسن ادارتها وتوظيف كامل قدراتها  
ليس مما ذكر أعلاه

### ١٥٨. من خصائص الشركات متعددة الثقافات :

تنوع الموارد البشرية  
تكامل الشبكات الرسمية  
تنامي التمييز  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٥٩. يشير مفهوم الصدمة الثقافية الى :

الغموض وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة غير مألوفة  
الغموض وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة مألوفة  
الوضوح والارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة مألوفة  
الوضوح وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة غير مألوفة

### ١٦٠. من خصائص الثقافة المتكيفة من معيار (القوة والتكيف) :

تبني مخاطرة عالية  
احتضان الابتكار والإبداع  
الريادة في الاعمال، وتمثل اصول تنافسية قيمة للشركة  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٦١. من خصائص ثقافة شبكة العلاقات من معيار (الفهم المشترك والصدقة) :

الرسمية  
بناء صداقات كثيرة  
مشاكل في العمل  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٦٢. من خصائص ثقافة القوة من معيار (التركيب التنظيمي) :

اتصالات لا رسمية  
ثقة عالية  
بناء بيروقراطي  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٦٣. من خصائص المجموعة ثنائية الثقافة من معيار (طبيعة المجموعة) :

مجموعة مكونة من اعضاء ينتمون الى ثلاث خلفيات عرقية مختلفة او اكثر  
مجموعة مكونة من اعضاء ينتمون الى ثقافتين مختلفتين  
ثقافة تعتمد على تساوي المقدرات والخبرات لدى اعضاء المجموعة الواحدة ويكونون جميعهم من خلفية واحدة  
يعتمدون طرائق متشابهة في العمل والأداء

#### ١٦٤. من خصائص المجموعة متعددة الثقافة من معيار (طبيعة المجموعة) :

مجموعة مكونة من اعضاء ينتمون الى ثلاث خلفيات عرقية مختلفة او اكثر  
مجموعة مكونة من عضوين او اكثر ينتمون الى ثقافتين مختلفتين  
ثقافة تعتمد على تساوي المقدرات والخبرات لدى اعضاء المجموعة الواحدة ويكونون جميعهم من خلفية واحدة  
يعتمدون طرائق متشابهة في العمل والأداء

#### ١٦٥. من خصائص المجموعة رمزية الثقافة من معيار (طبيعة المجموعة) :

مجموعة مكونة من اعضاء ينتمون الى ثلاث خلفيات عرقية مختلفة او اكثر  
مجموعة مكونة من عضوين او اكثر ينتمون الى ثقافتين مختلفتين  
ثقافة تعتمد على تساوي المقدرات والخبرات لدى اعضاء المجموعة الواحدة ويكونون جميعهم من خلفية واحدة  
يعتمدون طرائق متشابهة في العمل والأداء

#### ١٦٦. من خصائص تميز الاعمال من معيار (التميز) :

القيادة، السياسة والإستراتيجية  
الموارد البشرية  
الشراكة والموارد، والعمليات  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٦٧. من خصائص التناحر من معيار (النمط الثقافي) :

الاعتماد على الاستبدادية وفرض الرأي على الآخر  
الاعتماد على مبدأ المباراة الصفيرية (اكسب وتخسر)  
تضييع الوقت وعدم استثماره بشكل صحيح بسبب ضعف المهارات  
هيمنة الفكر التأمري على مستوى انتاج الحوار او فهمه

#### ١٦٨. من خصائص التسلط من معيار (النمط الثقافي) :

الاعتماد على الاستبدادية وفرض الرأي على الآخر  
الاعتماد على مبدأ المباراة الصفيرية (اكسب وتخسر)  
تضييع الوقت وعدم استثماره بشكل صحيح بسبب ضعف المهارات  
هيمنة الفكر التأمري على مستوى انتاج الحوار او فهمه

#### ١٦٩. من خصائص التعقيد الثقافي من معيار (المتلازمة الثقافية) :

عادات وتقاليد وقواعد تتسم بالشدة في التعامل في مقابل عادات وتقاليد وقواعد تتسم بالمرونة واللين  
الفردية الأفقية والفردية العمودية وتعتمد على الاستقلالية في العمل  
حاجات متنوعة ومتعددة  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٧٠. تبقى الفوارق الثقافية قائمة وموجودة حتى في البلد الواحد ، الامر الذي يتطلب من ادارة الأعمال الدولية ان :

تأخذها بعين الاعتبار وان لا تقلل من اهميتها  
لا تعيرها الاهتمام الزائد  
لا تعيرها أي اهتمام  
تأخذها بعين الاعتبار وان تقلل من اهميتها

### ١٧١. تبرز اهم الاتجاهات تباين الثقافات على المستوى العالمي في :

التشابه في الاذواق الاستهلاكية من حيث المأكل والملبس والمسكن  
اساليب الترفيه السائدة عالمياً كالسياحة والمعارض والمراكز الثقافية  
تشابه الاشكال التنظيمية في المنظمات الانتاجية والخدمية والمنظمات غير الربحية  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٧٢. من البدائل الممكن للشركات الدولية اعتمادها في مواجهة الاختلافات الثقافية :

المبالغة في وجود الفروق الثقافية وبالتالي تبقى اسيرة تلك الاختلافات .  
اهمال وإنكار الفروق بين الثقافات من خلال اعتبار ان الفوارق الثقافية السائدة مع الدول المضيفة هامشية وثنائية  
الاحتفاظ بالإطار العام للسلعة في البلد الام مع ادخال بعض التعديلات الطفيفة من حيث الشكل  
جميع ما ذكر أعلاه

## المحاضرة الحادي عشر

### ١٧٣. تمثل في السعودية ركيزة أساسية من ركائز الاقتصاد الوطني :

الشركات المساهمة المغلقة  
الشركات المساهمة المفتوحة  
الشركات العائلية  
الشركات الفردية

### ١٧٤. وضع ويستهد وكولينغ في دراستهما عدة تعريفات للشركة العائلية منها :

الشركة التي ينظر اليها رئيسها التنفيذي ومديرها ورئيسها على انها شركة عائلية  
أقل من ٥٠% من اسهم التصويت العادية مملوكة لأفراد اكبر مجموعة عائلية تمتلك الشركة  
ان ينحدر ٥٠% او أقل من فريق الادارة من اكبر مجموعة عائلية تمتلك الشركة  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٧٥. في دراسة لهالشوف اجريت على الشركات العائلية توصل الى تعريف واسع للشركات العائلية :

إذا كان اكثر من ٤٠% من اسهم التصويت مملوكة لعائلة واحدة  
إذا كان اكثر من ٥١% من فريق الادارة ينحدر من العائلة التي تمتلك الشركة  
إذا كان اكثر من ٥٠% من اسهم التصويت مملوكة لعائلة واحدة  
إذا كانت الشركة مملوكة للجيل الثاني او ما بعده من اعضاء العائلة

### ١٧٦. في دراسة لهالشوف اجريت على الشركات العائلية توصل الى تعريف ضيق للشركات العائلية :

إذا كان اكثر من ٤٠% من اسهم التصويت مملوكة لعائلة واحدة  
إذا كان اكثر من ٥١% من فريق الادارة ينحدر من العائلة التي تمتلك الشركة  
إذا كان اقل من ٥٠% من اسهم التصويت مملوكة لعائلة واحدة  
إذا كانت الشركة مملوكة للجيل الثاني او ما بعده من اعضاء العائلة

١٧٧. الشركة العائلية هي :

الشركة التي يمتلكها أفراد واحد ويتحمل العبء الأكبر من الإدارة  
الشركة التي يمتلكها أفراد أكثر من عائلة واحدة ويتحمل أفراد العائلة العبء الأكبر من الإدارة  
الشركة التي يمتلكها أفراد عائلة واحدة أو أكثر ويتحمل أفراد العائلة العبء الأكبر من الإدارة  
ليس مما ذكر أعلاه

١٧٨. الشركات العائلية ترتبط بعناصر منها :

تبدأ بمعرفة مؤسس أو رب العائلة الذي عادة ما يكون حرفياً أو مهنيًا ويمارسها بصورة متواصلة  
تنمو الشركات العائلية نمواً طبيعياً راسياً أو أفقياً  
تقتصر الملكية أو الجزء الأكبر منها على أفراد العائلة من أجيال مختلفة  
جميع ما ذكر أعلاه

١٧٩. يتمتع هذا النوع من الشركات بطول البقاء وبالسمعة الطيبة لدى عملائها نتيجة لجودة خدماتها :

الشركات العائلية الصراعية  
الشركات الريادية  
الشركات العائلية التقليدية  
الشركات العصرية

١٨٠. ينبع هذا النوع من الشركات العائلية التقليدية بسبب الاختلافات في وجهات النظر الخاصة :

الشركات العائلية الصراعية  
الشركات الريادية  
الشركات العائلية التقليدية  
الشركات العصرية

١٨١. هي اصعب أنواع الشركات العائلية التي يمكن التعامل معها :

الشركات العائلية الصراعية  
الشركات الريادية  
الشركات العائلية التقليدية  
الشركات العصرية

١٨٢. من نقاط القوة في الشركات العائلية للبعد (البنية الأساسية) :

انخفاض درجة الرسمية  
المرونة  
الطبيعة الريادية والابتكار  
جميع ما ذكر أعلاه

١٨٣. من نقاط الضعف في الشركات العائلية للبعد (البنية الأساسية) :

عدم الوضوح والغموض والتناقض  
التردد وعدم الحسم ومقاومة التغيير  
عدم وجود خرائط تنظيمية  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٨٤. من نقاط الضعف في الشركات العائلية للبعد (الزمن) :

النظرة طويلة الاجل- الالتزام  
الارتباط بالتقاليد  
 بناء جسور الثقة بشكل مستمر  
 جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٨٥. من نقاط القوة في الشركات العائلية للبعد (الثقافة) :

ارتفاع درجة المشاعر والعاطفة  
 مقاومة التغيير  
القدرة على التكيف  
 جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٨٦. في دول الاتحاد الأوروبي تتراوح نسبة الشركات العائلية ما بين :

٩٠-٩٥% من إجمالي الشركات العاملة بها  
 ٧٠-٨٥% من إجمالي الشركات العاملة بها  
 ٨٠-٩٥% من إجمالي الشركات العاملة بها  
٧٠-٩٥% من إجمالي الشركات العاملة بها

#### ١٨٧. تمثل الشركات العائلية في السعودية وإيطاليا نسبة :

٩٥% من عدد الشركات المسجلة  
 ٩٠% من عدد الشركات المسجلة  
 ٨٥% من عدد الشركات المسجلة  
 ٨٠% من عدد الشركات المسجلة

#### ١٨٨. من مزايا الشركات العائلية :

قدرة أكبر في التصرف الإداري والمالي  
 سرعة اتخاذ القرار والتحرر من الشكليات والإجراءات التي تحددها اللوائح  
 اقتصار العائدات والأرباح على أفراد العائلة مما يقوى من مركزهم المالي  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٨٩. من فوائد استمرارية الشركات :

الترباط العائلي وبقاء مكانة العائلة التجارية في المجتمع  
 إتاحة الفرص لأبناء العائلة المتميزين في إبراز إمكاناتهم وإبداعاتهم  
 توفير الروح الجماعية والمشاركة في اتخاذ القرار والمخاطرة، مما يخفف العبء على أفراد العائلة  
جميع ما ذكر أعلاه

#### ١٩٠. من اسباب فشل الشركات العائلية :

ضيق رقعة وحجم الاستثمار بشكل يفوق قدرات أبناء العائلة  
 إعطاء الصلاحيات الكافية لتنفيذ المهام  
تسرب كفاءات أبناء العائلة خارج الشركات لعدم توافر البيئة  
 جميع ما ذكر أعلاه

### ١٩١. من التحديات الداخلية التي تواجه الشركات العائلية :

وعي المستفيد ونضوجه  
نظام اقتصادي عالمي جديد زوال الحماية والدعم والاحتكار، أسواق مفتوحة  
قصر العمر الزمني للشركة العائلية ٢٤ سنة  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٩٢. من التحديات الخارجية التي تواجه الشركات العائلية :

طبيعة المستثمر الجديد (الصغير المبدع)  
اتساع دائرة أبناء العائلة من عدة فروع  
توسع المجالات الاستثمارية وقلّة الكفاءات  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٩٣. من الخيارات المتاحة أمام الشركات العائلية :

إعادة الهيكلة  
التحالفات الاستراتيجية  
التحول الى شركات مساهمة عامة  
جميع ما ذكر أعلاه

## المحاضرة الثانية عشر

### ١٩٤. تعرف حوكمة الشركات بأنها :

نظام متكامل للرقابة المالية وغير المالية الذي عن طريقه يتم ادارة الشركة والرقابة عليها  
مجموعة من الطرق والتي يمكن من خلالها ان يتأكد المستثمرون من تحقيق ربحية معقولة لاستثماراتهم  
مجموعة من القواعد والحوافز التي تهتدي بها ادارة الشركات لتعظيم ربحية الشركة وقيمتها على المدى البعيد  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٩٥. الاطراف المعنية بتطبيق مفهوم حوكمة الشركات :

المساهمين وأصحاب المصالح  
مجلس الادارة  
الادارة  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٩٦. من المحددات الاساسية الخارجية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات :

وجود نظام مالي جيد بحيث يضمن توفير التمويل اللازم للمشروعات بالشكل المناسب  
القواعد والأساليب التي تطبق داخل الشركات  
توزيع مناسب للسلطات والواجبات بين الاطراف المعنية  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٩٧. من المحددات الأساسية الداخلية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات :

وجود نظام مالي جيد بحيث يضمن توفير التمويل اللازم للمشروعات بالشكل المناسب  
كفاءة الهيئات والأجهزة الرقابية مثل هيئات سوق المال والبورصات  
توزيع مناسب للسلطات والواجبات بين الأطراف المعنية  
جميع ما ذكر أعلاه

### ١٩٨. وضعت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في سنة ٢٠٠٤ :

أربعة مبادئ أساسية لحوكمة الشركات  
خمسة مبادئ أساسية لحوكمة الشركات  
ستة مبادئ أساسية لحوكمة الشركات  
سبعة مبادئ أساسية لحوكمة الشركات

### ١٩٩. من مبادئ أساسية لحوكمة الشركات :

ضمان وجود اساس فعال لحوكمة الشركات  
دور اصحاب الصالح في حوكمة الشركات  
الافصاح والشفافية  
جميع ما ذكر أعلاه

### ٢٠٠. من المعلومات التي يعينها الإفصاح :

النتائج المالية ونتائج عمليات الشركة  
اهداف الشركة  
الملكيات الكبرى للأسهم وحقوق التصويت  
جميع ما ذكر أعلاه

### ٢٠١. من مزايا ومنافع حوكمة الشركات :

زيادة المخاطر المتعلقة بالفساد المالي والإداري التي تواجهها الشركات والدول  
رفع مستويات الاداء وما يترتب عليه من دفع عجلة التنمية والتقدم الاقتصادي للدول التي تنتمي اليها الشركات  
تقليل قدرة الشركات الوطنية على المنافسة العالمية وفتح اسواق جديدة لها  
تقليل فرص العمل لأفراد المجتمع

المحاضرة الثالثة عشر

### ٢٠٢. عرف Peter Drucker المسؤولية الاجتماعية بأنها :

التزام منظمة الاعمال تجاه الحكومة  
التزام منظمة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه  
التزام منظمة الاعمال تجاه الزبائن الذين تتعامل معهم  
التزام منظمة الاعمال تجاه أصحاب المصلحة

### ٢٠٣. عرفت Sandra L. Holmes المسؤولية الاجتماعية بأنها :

التزام منظمة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طرق المساهمة في بعض من الانشطة الاجتماعية  
التزام منظمة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طرق المساهمة في مجموعة كبيرة من الانشطة الاجتماعية  
 التزام منظمة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طرق المساهمة في مجموعة كبيرة من الانشطة الاقتصادية  
 التزام منظمة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طرق المساهمة في مجموعة كبيرة من الانشطة الانسانية

### ٢٠٤. ظهرت المسؤولية الاجتماعية كتفاعل لعدة عوامل منها :

الاسهام الاكبر لمنظمات الاعمال في تطوير نوعية الحياة والارتقاء بها  
 تصاعد ضغوط المجتمع وتناميها مع التوسع في حجم منظمات الاعمال وتعقد علاقاتها  
 ضرورة اسهام منظمات الاعمال في تعزيز القيم الانسانية والاجتماعية  
جميع ما ذكر أعلاه

### ٢٠٥. من اهمية المسؤولية الاجتماعية :

زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عالي بالانتماء لذوي الحاجات الخاصة  
 تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية او الناحية الثقافية  
 ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين منظمات المجتمع المختلفة ومختلف الفئات ذات المصلحة  
جميع ما ذكر أعلاه

### ٢٠٦. العناصر الرئيسية للبعد (الاقتصادي) من ابعاد المسؤولية الاجتماعية :

المعايير الاخلاقية والاعراف والقيم الاجتماعية  
 قوانين حماية المستهلك والسلامة والعدالة  
المنافسة العادلة والتكنولوجيا  
 ليس مما ذكر أعلاه

### ٢٠٧. العناصر الرئيسية للبعد (القانوني) من ابعاد المسؤولية الاجتماعية :

المعايير الاخلاقية والاعراف والقيم الاجتماعية  
 قوانين حماية المستهلك والسلامة والعدالة  
المنافسة العادلة والتكنولوجيا  
 ليس مما ذكر أعلاه

### ٢٠٨. العناصر الرئيسية للبعد (الأخلاقي) من ابعاد المسؤولية الاجتماعية :

المعايير الاخلاقية والاعراف والقيم الاجتماعية  
 قوانين حماية المستهلك والسلامة والعدالة  
 المنافسة العادلة والتكنولوجيا  
 ليس مما ذكر أعلاه

تم الإنتهاء من الاسئلة لمادة موضوعات خاصة في الإدارة مع أطيب التمنيات لكم بالتوفيق والنجاح ... أخوانكم





## - الواجبات (النرم الحالي) -

### الواجب الاول

١- من مبررات دراسة التعلم التنظيمي ما يلي :  
التحول في الاهمية النسبية لعوامل الانتاج من راس المال المادي الى راس المال الفكري  
ارتفاع حدة المنافسة في بيئة الاعمال الدولية وسرعة تغيرها  
التطور الفكري المرتبط بالمعرفة كمصدر لتحقيق الميزة التنافسية  
جميع ما ذكر صحيح

٢- من خصائص القائد التحويلي ما يلي :

#### القدرة على التركيز والانتباه

عدم إحترام الذات  
ضعف القدرة على الإتصال بالآخرين  
جميع ما ذكر صحيح

٣- هو القدرة على التفكير والاستنتاج المنطقي والتوهج العقلي والألمعية وخرن المعلومات والتوصل  
ليها بهدف مواجهة الصعوبات والتكيف مع الظروف الطارئة وحل المشكلات :

التنبؤ

الذكاء

التحليل

الإستنباط

### الواجب الثاني

١- يعبر..... عن القدرة على توليف ودمج العناصر اكثر من فصلها الى اجزاء ثم تحليلها :

الإستشراق

التفكير بمنطق النظم

الرؤية المستقبلية

جميع ما ذكر خطأ

٢- ..... هي خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة يترتب عليها تطورات غير متوقعة نتيجة

عدم القدرة على احتوائه من قبل الاطراف المعنية وغالبا ما تكون بفعل الانسان :

الأزمة

العاصفة

الكارثة الطبيعية

جميع ما ذكر خطأ

٣- يعرف التسويق الأخضر بأنه :

بيع المنتجات والخدمات الصديقة للبيئة  
 بيع المنتجات عبر الإنترنت فقط  
 بيع المنتجات والخدمات فى الأسواق العامة  
 جميع ما ذكر خطأ

### الواجب الثالث

١- يعبر البعد الإقتصادي للمسئولية الإجتماعية عن Answer

البحث عن الربح  
 تقليل التكلفة  
منع الإحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين  
 جميع ما ذكر صحيح

٢- ..... هو نظام متكامل للرقابة المالية وغير المالية الذي عن طريقه يتم ادارة الشركة والرقابة عليها

المسئولية الإجتماعية  
حوكمة الشركات  
 المراجعة الخارجية  
 المراجعة الداخلية

٣- ..... هي الشركة التي يمتلكها افراد عائلة واحدة او اكثر ويتحمل افراد العائلة العبء الاكبر من الادارة

الشركة العائلية  
 شركة المساهمة العامة  
 الجمعيات التعاونية  
 جميع ما ذكر خطأ

٤- تتميز الثقافة بأنها .....

تنشأ عن الحياة الإجتماعية البشرية  
 لا تنتقل من جيل إلى جيل  
 غير قابلة للتعديل والتغيير  
 تنشأ عن الحياة البرية

- الواجبات ( الترم الماضي ) -

الواجب الاول

س : تتميز المنظمة المتعلمة

- أ- عدم قبول الاخطاء لأنها معيقة لعملية للتعلم
- ب- خضوع المصلحة الشخصية للمصلحة العامة
- ت- العقلانية التي تقوم على المنطق والنظام لإنجاز الأعمال
- ث- تمكين الأفراد من تحليل المشاكل واقتراح الحلول

س : تتمثل الكاريزما كأحد ابعاد القيادة التحويلية في

- أ- امتلاك القائد لقدرات فائقة في التأثير بالمرؤوسين
- ب- قدرة القائد على ائصال توقعاته العالية الى الآخرين
- ت- اهتمام القائد بالفروق الفردية من حيث الاحتياجات والقدرة على الاداء
- ث- رغبة القائد في جعل اتباعه يتصدون للمشكلات القديمة بطرق جديدة

س : من عناصر الذكاء الاستراتيجي

- أ- الاتجاهات
- ب- الدافعية
- ت- القيم
- ث- الاحساس

الواجب الثاني

س : ضمن عناصر الذكاء الاستراتيجي ، القدرة على دمج العناصر ثم تحليلها ضمن عنصر

لتفكير بمنطق النظم

س : ضمن أسباب الأزمات ، التسرع في إصدار القرارات أو الحكم على الأمور قبل تبين حقيقتها يندرج

ضمن سبب

سوء الإدراك

س : ضمن المتطلبات الإدارية للتعامل مع الأزمات ، يندرج التحديد الدقيق والشامل للقوى الصانعة

للأزمة ضمن متطلب

تقدير الموقف الأزموى

### الواجب الثالث

س : من خصائص المستهلك الأخضر:

C - البحث عن الشركات ذات التوجه البيئي للتعامل معها

س : واحدة من الآتي، ليست من التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني :

a- عدم حاجة المنظمات الى بنية تحتية

س : ضمن معيار القوة والتكيف، تتصف الثقافة غير السوية ..

d- مقاومة التغيير

س : تتصف الشركات العائلية الريادية..

c- استمرار المؤسس في قيادتها