

١- حدد ماكينزي ٧ خطوات لتنفيذ الإستراتيجية منها

- A. الإستراتيجية والقيم المشتركة
- B. الرؤية والقيادة
- C. الرسالة والتقييم
- D. الأهداف والرقابة

٢- من استراتيجيات الصراعات

- A. استخدام السلطة
- B. تغيير العلاقات
- C. تغيير نظم العمل
- D. كل ما ذكر

٣- من خطوات الرقابة الإستراتيجية

- A. إعداد نظم القياس والضبط
- B. إعداد نظم الهيكلية والموازنة
- C. إعداد نظم العمل واللوائح
- D. إعداد نظم اللوائح والقوانين

٤- من عوائق دخول منافسين محتملين للصناعة

- A. الوضع التنظيمي للشركة
- B. التكنولوجيا المتطورة
- C. الولاء للماركة
- D. المنافسة السوقية

٥- يقصد بالصراع التنافسي في صناعة ما

- A. الفوز بحصة تسويقية
- B. النجاح في تصميم منتج
- C. القدرة على تقديم السعر
- D. القدرات التقنية

٦- يشير التحليل الإستراتيجي للأوضاع الإجتماعية إلى

- A. تغير السكان
- B. تغير الإنتاج
- C. تغير الأعمار
- D. تغير القيم

٧- من العناصر الأساسية لرسالة المنظمة

- A. بيان الخطة الإستراتيجية
- B. بيان الأهداف الإستراتيجية
- C. بيان الرؤية الإستراتيجية
- D. بيان الرقابة الإستراتيجية

٨- من امثلة القرارات الإستراتيجية في مجال النشاط الإنتاجي

- A. قرارات التوسع في استخدام الطاقة
- B. قرارات التوسع في أنشطة التوظيف
- C. قرارات التوسع في عمليات التوزيع
- D. قرارات التوسع في مهام الترويج

٩- من محاور بطاقة الأداء المتوازن BSC

- A. التعلم والنمو
- B. السوق والأعمال
- C. الأعمال والنمو
- D. الأنشطة والنمو

١٠- المقصود بوحدة الأعمال الإستراتيجية

- A. قطاع الأعمال
- B. قطاع الاستثمار
- C. قطاع التجارة
- D. قطاع المنشآت

١١- يعبر عن محفظة الأعمال في شكل

- A. مصفوفة للمنتج والسلع
- B. مصفوفة للمنتج والوضع التنافسي
- C. مصفوفة المنتج والوظائف
- D. مصفوفة المنتج والأنشطة

١٢- من الجوانب الهامة في مصفوفة ماكينزي

- A. تحديد جاذبية الصناعة
- B. تحديد جاذبية المنتجات
- C. تحديد جاذبية الأسواق
- D. تحديد جاذبية المنافسة

١٣- يقصد بإستراتيجية النمو المتمركز

- A. تعدد المنتجات
- B. تقليل المنتجات
- C. التركيز على المنتج
- D. كل ما ذكر

١٤- يتم في مرحلة النمو الأولى في الصناعة

- A. بناء الحصة السوقية
- B. إعادة الهيكلة
- C. زيادة الحصة
- D. تمركز السوق

١٥- يقصد بالإندماج الأفقي ، اندماج بين شركتين

- A. في مجالات مختلفة
- B. في مجالات متكاملة
- C. في نفس المجالات
- D. في عدة مجالات

١٦- يشير مصطلح التحالفات الإستراتيجية إلى:

- A. صراع بين شركات متنافسة
- B. تعاون بين شركات متنافسة
- C. اختلاف بين شركات متنافسة
- D. تنازع بين شركات متنافسة

١٧- من الإستراتيجيات العامة للمنافسة

- A. إستراتيجية قيادة التكلفة
- B. إستراتيجية التركيز
- C. إستراتيجية التمييز
- D. كل ما ذكر

١٨- من مزايا التحول إلى تطبيق فكرة الإنتاج المرن

- A. تحقيق العلاقة بين الإنتاجية والإستراتيجية
- B. تجاهل العلاقة بين الإنتاجية والإستراتيجية
- C. تحقيق العلاقة بين الإنتاجية والعملية
- D. تجاهل العلاقة بين الإنتاجية والعملية

١٩- تعتبر عملية تحليل البيئة الداخلية عملية لإستكشاف

- A. الأسواق التنافسية
- B. الأنشطة البديلة
- C. امكانيات المنظمة
- D. المهددات والمخاطر

٢٠- أي من الوظائف التالية يمكن اعتبارها من الوظائف الداعمة للإستراتيجية

- A. التسويق
- B. الإنتاج
- C. الحسابات
- D. الموارد البشرية

٢١- يتضمن تحليل ثقافة المنظمة

- A. تحليل الرؤية
- B. تحليل الرسالة
- C. تحليل القيم
- D. كل ما ذكر

٢٢- من بنود التحليل الإستراتيجي لنشاط الجودة والاعتمادية

- A. مواصفات المنتجات
- B. المعايير المتبعة
- C. أنظمة العمل
- D. كل ما ذكر

٢٣- تهدف نماذج تحليل المنظمة إلى:

- A. التحليل الإستراتيجي للمنظمة
- B. التقييم الإستراتيجي للمنظمة
- C. التنفيذ الإستراتيجي للمنظمة
- D. التطوير الإستراتيجي للمنظمة

٢٤- تعود فكرة استخدام مدخل سلسلة القيمة في تحليل المنظمات إلى:

- A. هنري بيرج
- B. ثيودر ماكنزي
- C. مايكل بورتر
- D. آرثر استركلاند

٢٥- يمكن اكتشاف الكثير من نقاط القوة والضعف من خلال

- A. تحليل البيئة الداخلية
- B. تحليل البيئة التنافسية
- C. تحليل البيئة المهنية
- D. تحليل البيئة المعلوماتية

٢٦- من الطرق المستخدمة لإكتشاف نقاط القوة والضعف في المنظمات

- A. إقامة المؤتمرات
- B. عقد الاجتماعات
- C. عقد الأموال
- D. كل ما ذكر

٢٧- التخطيط الإستراتيجي عملية منهجية تهدف إلى:

- A. تحديد خصائص المنظمة
- B. تحديد جوهر المنظمة
- C. صنع واتخاذ القرارات
- D. بناء هيكل المنظمة

٢٨- الرؤية الإستراتيجية هي

- A. أحلام ورغبات
- B. خصائص ومميزات
- C. صفات ومحددات
- D. خصائص وأعمال

٢٩- تؤثر معدلات صرف العملات على:

- A. القدرة الإنتاجية وعمل المنظمات
- B. القدرة التنافسية لمنتجات المنظمة
- C. القدرة التنظيمية لأعمال المنظمة
- D. القدرة الإدارية التنظيمية للمنظمة

٣٠- يقصد بالكفاءات المتميزة

- A. المخاطر على المنظمة
- B. المهددات أمام المنظمة
- C. نقاط قوة المنظمة
- D. نقاط ضعف المنظمة

٣١- يعتبر مفهوم الميزة التنافسية مفهوم استراتيجي ويقصد به :

- A. تحقيق المركز الإنتاجي
- B. تحقيق المركز المحلي
- C. تحقيق المركز البيعي
- D. تحقيق المركز التنافسي

٣٢- وفقاً لنموذج بورتر ، فإن إحدى المخاطر التي تتعرض لها منافسة منتجات المنظمة

- A. قوة منافسة المنتجات
- B. قوة منافسة البائعين
- C. قوة مساومة الموردين
- D. قوة مساومة المفاوضين

٣٣- يستخدم نموذج (SWOT) بغرض

- A. نقاط القوة
- B. تحديد المهددات
- C. تحديد المخاطر
- D. كل ما ذكر

٣٤- من الناحية الإستراتيجية يكون المورد مصدر قوة عندما

- A. يوفر الموارد الخام
- B. يتيح الأسواق للمنظمة
- C. يقدم العروض الخاصة
- D. يوفر ميزة تنافسية

٣٥- يحقق مدخل تحليل الموارد للمنظمة

- A. تحليل مجالات الجدارة
- B. تحليل مجالات الكفاءة
- C. تحليل مجالات الابتكار
- D. كل ما ذكر

٣٦- تحقق مجالات الجدارة للمنظمة المعيار التالي

- A. القدرة على استغلال النفوذ
- B. القدرة على استغلال الأعمال
- C. القدرة على استغلال الموارد
- D. القدرة على استغلال الوقت

٣٧- تتكون الكفاءات المحورية من:

- A. السلوكيات والمعتقدات
- B. القيم والاتجاهات
- C. المهارات والمعارف
- D. الأدلة والأعمال

٣٨- يحقق التحليل الرباعي (SWOT)

- A. تحديد الموقف الإستراتيجي
- B. تحديد الموقف التشغيلي
- C. تحديد الموقف العملياتي
- D. تحقيق الموقف التخطيطي

٣٩- من أسس بناء الميزة التنافسية في المنظمات

- A. الإجراءات والقوانين
- B. السجلات والتقارير
- C. البحوث والتطوير
- D. الإدارة العامة

٤٠- لتحقيق النجاح في دفع الإستراتيجية من خلال تطبيق فكرة الإنتاج المرن، يمكن الإسترشاد بتجربة

- A. شركة الساحل
- B. شركة فورد
- C. شركة تويوتا
- D. شركة نيسان

٤١- تعتبر استراتيجية الموارد البشرية استراتيجية على المستوى

- A. الإداري
- B. القطاعي
- C. الوظيفي
- D. كل ما ذكر

٤٢- من أهم عيوب الإعتماد على استراتيجية التمييز

- A. الإحتفاظ بتفرد المنتج على المدى الطويل
- B. الإحتفاظ بتفرد المنتج على المدى التشغيلي
- C. الإحتفاظ بتفرد المنتج على المدى المتوسط
- D. كل ما ذكر

٤٣- تتمحور أهمية أصحاب المصلحة في

- A. خلق الميزة التنافسية
- B. قياس قدرة المنظمة
- C. الموارد الحيوية للمنظمة
- D. كل ما ذكر

٤٤- من مقاييس الميزة التنافسية

- A. المنتجات الجديدة
- B. نسب الربحية
- C. الحصة السوقية
- D. كل ما ذكر

٤٥- من عوائق الخروج من الصناعة

- A. التكاليف الثابتة العالية للخروج
- B. الإستثمارات في الأصول قليلة القيمة
- C. الارتباط العاطفي بصناعة معينة
- D. كل ما ذكر

٤٦- من الظروف التي جعلت المشتريين أكثر قوة

- A. عرض الصناعة لمنتج محدد من العديد من الشركات الصغيرة
- B. عند اللجوء إلى التمويل الإستثماري
- C. عندما تلجأ الشركات إلى التركيز على المواصفات
- D. كل ما ذكر

٤٧- من مكونات استراتيجية الإنتاج

- A. الحافز والتعويضات
- B. نظم الجدارة
- C. الطاقة الإنتاجية
- D. هيكل المنظمة

٤٨- المراجعة الإستراتيجية هي

- A. عملية فحص ودراسة للإستراتيجية
- B. عملية دراسة مميزات الإستراتيجية
- C. عملية دراسة مكونات الإستراتيجية
- D. كل ما ذكر

٤٩- من أهم بنود التحليل الإستراتيجي في المجال التسويقي

- A. النظام التشغيلي
- B. التطور المعلوماتي
- C. الإستخبار التسويقي
- D. كل ما ذكر

ملاحظة: السؤالين ٤٩ و ٥٠ غير واضحين في التصوير لذا كتبت ما اتضح لي منها ..

٥٠- يشير الهيكل التنظيمي لصناعة ما إلى

- A. عدد وحجم التوزيع الخاص بالشركات
- B. الأسواق في المجال الصناعي
- C. الحصص موزعة على الشركات
- D. أحوال الطلب لكل منتج من المنتجات

تمت بحمد الله

لا تحرموني من صادق دعواتكم

أختكم دنيا الطموح