

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

<p>(7) من الخطوات المتبعة لتنفيذ الاستراتيجية</p> <p><input type="radio"/> تحديد الاستراتيجية</p> <p><input type="radio"/> تحديد المهام</p> <p><input type="radio"/> تخصيص الموارد</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق ✓</p>	<p>(4) من عوائق الخروج من الصناعة</p> <p><input type="radio"/> الاستثمار في الأصول الصناعية قليلة القيمة</p> <p><input type="radio"/> الارتباط العاطفي بصناعة معينة</p> <p><input type="radio"/> اعتماد الشركة على صناعة وحيدة</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق ✓</p>	<p>(1) من المداخل (النماذج) المستخدمة لتحليل المنظمة</p> <p><input type="radio"/> نموذج سوت</p> <p><input type="radio"/> مصفوفة ماكينزي</p> <p><input type="radio"/> مصفوفة بورتر</p> <p><input checked="" type="radio"/> مدخل اعتمادية الموارد ✓</p>
<p>(8) من أدوات الرقابة الاستراتيجية</p> <p><input type="radio"/> نظم الرقابة</p> <p><input type="radio"/> المراجعة</p> <p><input type="radio"/> المؤشرات المالية لقياس المقارن</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق ✓</p>	<p>(5) يعرف التنفيذ الاستراتيجي بأنه</p> <p><input checked="" type="radio"/> مجموعة أنشطة وفعاليات لوضع الاستراتيجيات موضع التنفيذ ✓</p> <p><input type="radio"/> مجموعة أنشطة لوضع هيكل تنظيم استراتيجي</p> <p><input type="radio"/> مجموعة أنشطة وفعاليات إدارية</p> <p><input type="radio"/> جميع ما سبق</p>	<p>(2) الظروف التي تجعل المشتريين أكثر قوة</p> <p><input type="radio"/> عرض الصناعة منتج واحد</p> <p><input type="radio"/> عندما يقوم المشتريين بشراء كميات كبيرة</p> <p><input type="radio"/> عندما يكون بمقدار المشتريين دخول الصناعة</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق ✓</p>
<p>(9) أطراف الحوكمة هي</p> <p><input type="radio"/> أصحاب الأسهم</p> <p><input type="radio"/> الإدارة</p> <p><input type="radio"/> مجلس الإدارة</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق ✓</p>	<p>(6) من أمثلة استراتيجيات الصراع</p> <p><input type="radio"/> تغيير العلاقات</p> <p><input type="radio"/> استخدام السلطة</p> <p><input type="radio"/> الأوامر والإجراءات</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق ✓</p>	<p>(3) من الاستراتيجيات الكلية على مستوى المنظمة</p> <p><input type="radio"/> استراتيجية التصدير</p> <p><input type="radio"/> استراتيجية الاندماج</p> <p><input checked="" type="radio"/> استراتيجية تنمية السوق ✓</p> <p><input type="radio"/> استراتيجية الركود</p>

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

(10) من المؤشرات المالية المستخدمة في قياس الأداء الاستراتيجي		(13) يشمل تحليل البيئة الاقتصادية	
<input type="radio"/>	نسب الربحية	<input type="radio"/>	القوى الاقتصادية
<input type="radio"/>	نسب السيولة	<input type="radio"/>	القوى الاجتماعية
<input type="radio"/>	نسب الأسهم	<input type="radio"/>	القوى التكنولوجية
<input checked="" type="radio"/>	جميع ما سبق ✓	<input checked="" type="radio"/>	كل ما سبق ذكره ✓
(11) يرجع كلمة استراتيجية إلى أصل يوناني وتعني		(14) حدد مايكل بورتر خمس قوى تشكل تهديداً ومخاطر على المنظمة منها	
<input type="radio"/>	فن تطبيق التجارة	<input type="radio"/>	الاستثمار المالي للشركات
<input type="radio"/>	فن الاستثمار	<input type="radio"/>	دخول السلع للأسواق
<input type="radio"/>	فن التعاملات الاقتصادية	<input checked="" type="radio"/>	دخول منافسين جدد للصناعة ✓
<input checked="" type="radio"/>	فن استخدام القوي ✓	<input type="radio"/>	إصدار الصكوك الاستثمارية
(12) تعبر الرؤية الاستراتيجية عن		(15) من المفاهيم الأساسية التي يطرحها مدخل الموارد	
<input type="radio"/>	الخصائص المميزة للمنظمة	<input checked="" type="radio"/>	القدرات والكفاءات المحورية ✓
<input checked="" type="radio"/>	آمال وتطلعات المؤسسة ✓	<input type="radio"/>	الاحتفاظ بالإنتاجية والجودة
<input type="radio"/>	المهددات والفرص أمام المنظمة	<input type="radio"/>	المنتجات سهلة الاستخدام
<input type="radio"/>	أوضاع و إمكانات المنظمة	<input type="radio"/>	تقييم الأداء الاستراتيجي

أسئلة مهمة للإدارة الاستراتيجية

<p>19) يساعد التوافق بين الاستراتيجية والسياسات والإجراءات على</p>	<p>16) تعتبر بطاقة الأداء المتوازن وسيلة</p>
<p><input checked="" type="radio"/> البناء التنظيمي للقوى نحو تنفيذ الاستراتيجية ✓</p>	<p><input checked="" type="radio"/> للربط بين الاستراتيجية و الأهداف ✓</p>
<p><input type="radio"/> البناء الداعم للقوى العامة الاستراتيجية</p>	<p><input type="radio"/> للربط بين التنظيم والأسواق</p>
<p><input type="radio"/> البناء الرقابي لتقييم البيئة الاستراتيجية</p>	<p><input type="radio"/> للربط بين الإدارة و الأسواق</p>
<p><input type="radio"/> البناء الداعم لوحدة الأعمال الاستراتيجية</p>	<p><input type="radio"/> للربط بين العاملين و التنظيم</p>
<p>20) من الأدوات المستخدمة لتحقيق الرقابة الاستراتيجية</p>	<p>17) من الأدوات التي تساعد الإدارة على اختيار الاستراتيجيات</p>
<p><input type="radio"/> المراجعة العامة</p>	<p><input type="radio"/> القوى التنافسية العامة</p>
<p><input type="radio"/> المراجعة الإدارية</p>	<p><input type="radio"/> الابتكار والتعلم التنظيمي</p>
<p><input checked="" type="radio"/> المراجعة الاستراتيجية ✓</p>	<p><input checked="" type="radio"/> مصفوفة جنرال اليكتريك ✓</p>
<p><input type="radio"/> المراجعة المرحلية</p>	<p><input type="radio"/> مصفوفة العمل التنظيمي</p>
<p>21) هو عملية منهجية مستمره يتم من خلالها صنع وإتخاذ القرارات بشأن المستقبل ووضع الإجراءات والعمليات الضرورية لتحقيق المستقبل المشود وتقرير كيفية قياس النجاح</p>	<p>18) تحقق اللامركزية الإدارية عدة فوائد منها</p>
<p><input checked="" type="radio"/> التخطيط الاستراتيجي ✓</p>	<p><input type="radio"/> عدم إمكانية التفويض لصنع القرارات الاستراتيجية</p>
<p><input type="radio"/> الإدارة الاستراتيجية</p>	<p><input type="radio"/> عدم إمكانية اتخاذ جميع القرارات الاستراتيجية</p>
<p><input type="radio"/> تحليل البيئة الخارجية</p>	<p><input checked="" type="radio"/> إعطاء وقت أطول لصنع القرارات الاستراتيجية ✓</p>
<p><input type="radio"/> تحليل البيئة الداخلية</p>	<p><input type="radio"/> إمكانية تركيز القرارات الاستراتيجية</p>

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

(22) الإدارة الاستراتيجية		(25) من العناصر الأساسية لرسالة المنظمة	
<input type="radio"/>	هي عملية لتحليل العوامل التي لا تملك المنظمة القدرة على التحكم بها	<input type="radio"/>	بيان الرؤية الاستراتيجية للمنظمة
<input type="radio"/>	هي إعلان رسمي يتعلق بما تحاول الشركة تحقيقه على المدى المتوسط وال المدى القصير	<input type="radio"/>	بيان القيم الأساسية للمنظمة
<input type="radio"/>	هي إعلان رسمي يتعلق بما تحاول الشركة تحقيقه على المدى المتوسط وال المدى الطويل	<input type="radio"/>	الإشارة الى القوة الدافعية للمنظمة
<input checked="" type="radio"/>	هي مجموعة من القرارات والنظم الادارية التي تحدد رؤية ورسالة المنظمة في الأجل الطويل في ضوء ميزاتھا التنافسية ومتابعة وتقييم الفرص	<input checked="" type="radio"/>	جميع ما سبق
(23) من خطوات التخطيط الاستراتيجي		(26) من خصائص الرسالة الفعالة	
<input type="radio"/>	اختيار رسالة المنظمة والاهداف الرئيسية لها	<input type="radio"/>	موجهة لفئات الجمهور المستهدف من قبل المنظمة
<input type="radio"/>	تحليل البيئة الخارجية وتحديد التنافسية للمنظمة للتعرف على الفرص والتهديدات	<input type="radio"/>	يتقبلها العاملين عن قناعة تامة
<input type="radio"/>	تحليل البيئة التشغيلية الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف	<input type="radio"/>	تتميز الرسالة بالخصوصية والتحديد
<input checked="" type="radio"/>	جميع ما سبق	<input checked="" type="radio"/>	أ + ج
(24) من خصائص الرؤية الاستراتيجية		(27) عدد مراحل تحليل البيئة الخارجية	
<input type="radio"/>	توجد احساسا ضعيفا بعرض المنظمة	<input checked="" type="radio"/>	مرحلتان
<input type="radio"/>	ترسم المسار الماضي للمنظمة	<input type="radio"/>	ثلاث مراحل
<input checked="" type="radio"/>	تحدد شخصية المنظمة خلال خمس سنوات قادمة أو اكثر	<input type="radio"/>	اربع مراحل
<input type="radio"/>	جميع ما سبق	<input type="radio"/>	خمس مراحل

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

<p>31) كلما كانت أقل انخفضت تكلفة رأس المال للشركة</p> <p><input type="radio"/> معدلات نمو الاقتصاد</p> <p><input type="radio"/> معدلات سعر الصرف</p> <p><input checked="" type="radio"/> معدلات الفائدة</p> <p><input type="radio"/> معدلات التضخم والائتماء</p>	<p>28) تقسيم البيئة الخارجية العامة الى</p> <p><input type="radio"/> ثلاث مجموعات</p> <p><input checked="" type="radio"/> ست مجموعات</p> <p><input type="radio"/> تسع مجموعات</p> <p><input checked="" type="radio"/> خمس مجموعات</p>
<p>32) معدلات التضخم والائتماء تترتب على</p> <p><input type="radio"/> نمو اقتصادي أسرع</p> <p><input type="radio"/> نمو اقتصادي أبطأ</p> <p><input type="radio"/> حركة نقدية غير مستقره</p> <p><input checked="" type="radio"/> ب + ج</p>	<p>29) تقسم بيئة الأعمال الخاصة او التنافسية الى</p> <p><input type="radio"/> المستوى الدولي</p> <p><input type="radio"/> المستوى القومي</p> <p><input type="radio"/> مستوى الصناعة</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق</p>
<p>33) تشير الى الطريقة التي تتغير بها الاخلاق والقيم وتؤثر بها في الصناعة وينتج عنها فرص وتهديدات هي</p> <p><input type="radio"/> القوى الاقتصادية</p> <p><input type="radio"/> القوى التكنولوجية</p> <p><input type="radio"/> القوى الديموغرافية</p> <p><input checked="" type="radio"/> القوى الاجتماعية</p>	<p>30) القوى الاقتصادية : تؤثر على قدرة المنظمات على تحقيق قدر كاف من استثماراتها ويتم تحليلها الى اربعة عوامل هي</p> <p><input type="radio"/> معدلات نمو الاقتصاد والفائدة</p> <p><input type="radio"/> معدلات سعر الصرف</p> <p><input type="radio"/> معدلات التضخم والائتماء</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق</p>

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

<p>37) من عناصر نموذج بورتر</p> <p><input type="radio"/> ضعف المساومة عند المشترين</p> <p><input type="radio"/> ضعف المساومة عند الموردين</p> <p><input checked="" type="radio"/> حدة المنافسة داخل صناعة ما</p> <p><input type="radio"/> مدى بعد البدائل من صناعة ما</p>	<p>34) أهم الجوانب التي أصبحت محل اهتمام الكثير من المنظمات في مجال القوى الديموغرافية</p> <p><input type="radio"/> دخول النساء مجال العمل</p> <p><input type="radio"/> التغيرات التي حدثت في التوزيع العمري للسكان</p> <p><input type="radio"/> الاعمال في ظل العولمة</p> <p><input checked="" type="radio"/> أ + ب</p>
<p>38) الولاء للماركة ومزايا التكلفة المطلقة , اقتصاديات الحجم , اللوائح والانظمة الحكومية , تكاليف تحول المستهلك تعتبر من</p> <p><input checked="" type="radio"/> عوائق دخول المنافسين المحتملين للصناعة</p> <p><input type="radio"/> عوائق الخروج من الصناعة</p> <p><input type="radio"/> محددات المنافسة بين الشركات القائمة</p> <p><input type="radio"/> المواقف التي يكون فيها الموردون في وضع أقوى</p>	<p>35) يرى أن الرؤية هي فن رؤية الأشياء غير المرئية</p> <p><input type="radio"/> آدم سميث</p> <p><input type="radio"/> ريفيد ريكاردو</p> <p><input checked="" type="radio"/> جونثان سويقت</p> <p><input type="radio"/> هكشر وأولين</p>
<p>39) من عوائق الخروج من الصناعة</p> <p><input type="radio"/> الاستثمارات في الاصول الصناعية قليلة القيمة</p> <p><input type="radio"/> التكاليف الثابتة العالية للخروج</p> <p><input type="radio"/> الارتباط العاطفي واعتماد الشركة بصناعة معينة</p> <p><input checked="" type="radio"/> جميع ما سبق</p>	<p>36) يعتمد على ان استراتيجية المنظمة ينبغي أن تواجه الفرص والتحديات التي تتطوي عليها البيئة الخارجية للمنظمة وبصفة خاصة فهو هيكل الصناعة وكيفية حدوث التغييرات التي تطرأ عليها</p> <p><input type="radio"/> نموذج أوستن</p> <p><input checked="" type="radio"/> نموذج بورتر</p> <p><input type="radio"/> نموذج بوسطن</p>

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

40) المنظمات التي توفر المدخلات في الصناعة	
<input type="radio"/>	خطر دخول منافسين
<input type="radio"/>	قوة المساومة عند المشتريين
<input checked="" type="radio"/>	قوة الموردين ✓
<input type="radio"/>	لا شيء مما سبق
41) من المواقف التي يكون فيها المورد في وضع أقوى واحد منها خطأ حددها	
<input type="radio"/>	عندما تمثل الصناعة عميلاً مهماً للموردين ✓
<input checked="" type="radio"/>	عندما يهدد المورد باستخدام مدخلاتهم الخاصة لتصنيع المنتجات
<input type="radio"/>	عندما يكون للمنتج الذي يبيعه بدائل قليلة
<input type="radio"/>	تميز منتجاتهم بالدرجة التي تكلف الشركة كثيراً إذا ماتحولت إلى مورد آخر
42) تهديد الداخلين المحتملين إلى السوق من نموذج	
<input type="radio"/>	بورتر
<input checked="" type="radio"/>	أوستن ✓
<input type="radio"/>	ديفيد ريكاردو
<input type="radio"/>	كابلان

المواقف التي يكون فيها المورد في وضع أقوى :
١- عندما **لا تمثل** الصناعة عميلاً مهماً للموردين -
٢- عندما يهدد المورد باستخدام مدخلاتهم الخاصة لتصنيع المنتجات التي تتجها الشركة

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

43) عملية استكشاف العوامل الداخلية التي تؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية وذلك من أجل تحديد جوانب القوة والضعف في المنظمة

تحليل البيئة الداخلية ✓

تحليل البيئة الخارجية

تحليل الموارد

تحليل البيئة الداخلية والخارجية

44) يتم تحليل البيئة الداخلية من خلال

خطوتين ✓

ثلاث خطوات

أربع خطوات

خمس خطوات

45) الأنشطة التي تؤدي إلى الوصول إلى تحقيق الكفاءة الإنتاجية منها

الأنشطة المتبعة للتحويل إلى أنظمة إنتاجية جديدة

الأنشطة التي تؤدي إلى تطوير القدرات البشرية

الأنشطة المرتبطة بالتطور التكنولوجي والبحث والتطوير

جميع ما سبق ✓

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

<p>46 الوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية وكيفية إستغلال المنظمة واستثمارها لكفاءتها ومواردها من أهداف التحليل الخارجي</p> <p><input type="radio"/> التحليل الخارجي</p> <p><input checked="" type="radio"/> التحليل الداخلي</p> <p><input type="radio"/> التحليل الداخلي والخارجي</p> <p><input type="radio"/> الموارد</p>	<p>49 هي حجر الزاوية نحو التفكير استراتيجيا , ظهرت أواخر السبعينات من خلال شركة ماكنزي للاستشارات</p> <p><input checked="" type="radio"/> الميزة التنافسية</p> <p><input type="radio"/> الأنشطة الداعمة</p> <p><input type="radio"/> الكفاءات المتميزة</p> <p><input type="radio"/> الموارد</p>
<p>47 مجموعة الموارد التي تشكل قاعدة لمدخلات العمليات التصنيعية والتسويقية وجميع عمليات خلق القيمة بالنسبة للشركة تجاة المستهلكين تعرف بـ</p> <p><input type="radio"/> الكفاءات المتميزة</p> <p><input type="radio"/> القدرات</p> <p><input checked="" type="radio"/> الموارد</p> <p><input type="radio"/> العوامل الخارجية</p>	<p>50 العنصرين الأساسيين في البناء أو البعدين الأساسيين في مجال المزايا التنافسية هي</p> <p><input type="radio"/> القدرات والاعتمادية</p> <p><input checked="" type="radio"/> الكفاءة و التجديد</p> <p><input type="radio"/> الإنتاج والتسويق</p> <p><input type="radio"/> الأنشطة الداعمة</p>
<p>48 تعني نقاط قوة المنظمة وتتيح للمنظمة تميز منتجاتها أو تحقيق خفض جوهري في التكاليف مقارنة بمنافسيها وتمكنها من اكتساب ميزة تنافسية</p> <p><input type="radio"/> الموارد</p> <p><input checked="" type="radio"/> الكفاءات المتميزة</p> <p><input type="radio"/> الميزة التنافسية</p> <p><input type="radio"/> العوامل الداخلية</p>	<p style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px;">الكويژمن اعداد العضو القدير ابو غسان</p>

أسئلة مهمة للإدارة الإستراتيجية

من خلال مراجعتي ... فهد الحجاز

(٢٠) سؤال من الواجبات

الاسئلة الباقية:

محاضرة (١) من ٢١-٢٦ + ٣٥

محاضرة (٢) من ٢٧-٣٤

محاضرة (٣) من ٣٦-٤٢

محاضرة (٤) من ٤٣-٤٦

محاضرة (٥) من ٤٧-٥٠