

- (1) لتقديم منتجات جديدة مترابطة لبيعها في الأسواق الحالية، ينصح باتباع
- (أ) إستراتيجية النمو الرأسي
(ب) إستراتيجية النمو الأفقي
(ج) إستراتيجية تنمية المنتج
(د) إستراتيجية تنمية السوق
- (2) لتقديم منتجات جديدة ومتفوقة عن المنتجات الحالية المتقدمة ينصح باتباع
- (أ) إستراتيجية التطوير
(ب) إستراتيجية الابتكار
(ج) إستراتيجية الاندماج
(د) إستراتيجية التكامل
- (3) يقصد بإستراتيجية المشروعات المشتركة
- (أ) تكوين كيان جديد من خلال التعاون مع شركة أخرى
(ب) تحقيق اندماج وتعاون مع عدد من الشركات
(ج) تحقيق اندماج وتعاون داخل الأسواق العالمية
(د) كل ما ذكر
- (4) الإستراتيجية التي يمكن من خلالها مواجهة الاتجاهات السلبية في الأرباح هي :
- (أ) إستراتيجية الاندماج الكلي
(ب) إستراتيجية الشراكة والدمج
(ج) إستراتيجية التصفية والتخلص
(د) إستراتيجية تقليص النشاط
- (5) تهدف إستراتيجيات مرحلة الركود إلى :
- (أ) زيادة المنتجات المصنعة
(ب) زيادة حصة الشركة السوقية
(ج) زيادة حصة النمو الإنتاجي
(د) زيادة حصة الربحية
- (6) تعتبر إستراتيجية تخفيض الأصول إحدى إستراتيجيات
- (أ) مرحلة النمو
(ب) مرحلة النضج
(ج) مرحلة التدهور
(د) مرحلة التدهور
- (7) من إستراتيجيات دخول الأسواق العالمية
- (أ) إستراتيجية التراخيص
(ب) إستراتيجية التصدير
(ج) الأنواع المشتركة
(د) كل ما ذكر
- (8) من خطوات تنفيذ الإستراتيجية
- (أ) فرض علاقات السلطة
(ب) وضع السياسات المسترشد بها
(ج) توضيح الأهداف
(د) كل ما ذكر

- (9) يرى الفريد تشاندلر أن التغييرات في إستراتيجية النمو تؤدي إلى ظهور مشاكل إدارية، الأمر الذي يتطلب
- (أ) نمط قيادي جديد
(ب) انمط إداري جديد
(ج) هيكل تنظيمي جديد
(د) توجه إستراتيجي جديد
- (10) تتغير إستراتيجية المنظمة وهيكلها في حالة
- (أ) زيادة نشاطها
(ب) زيادة حجمها
(ج) زيادة أعمالها
(د) زيادة مواردها
- (11) المراجعة الإستراتيجية هي إحدى أدوات
- (أ) المراجعة الداخلية
(ب) المراجعة العامة
(ج) الرقابة الإستراتيجية
(د) الإدارة الإستراتيجية
- (12) من الأطراف التي تشكل آليات الرقابة من خلال الحوكمة
- (أ) أصحاب الأسهم
(ب) الإدارة
(ج) مجلس الإدارة
(د) كل ما ذكر
- (13) من نماذج تحليل المنظمة
- (أ) مدخل التحليل المالي
(ب) الأداء المالي
(ج) مدخل اعتمادية الموارد
(د) مدخل التحليل الإستراتيجي
- (14) يقصد بالكفاءات المتميزة
- (أ) نقاط قوة المنظمة
(ب) المهددات أمام المنظمة
(ج) الفرص أمام المنظمة
(د) كل ما ذكر
- (15) من عوامل النجاح الرئيسية داخل الصناعة
- (أ) التقنية
(ب) التصنيع
(ج) التسويق
(د) كل ما ذكر
- (16) من خلال تحليل البيئة الداخلية تتمكن الإدارة من إستكشاف
- (أ) الأسواق التنافسية
(ب) الأنشطة البديلة
(ج) إمكانات المنظمة
(د) المهددات والمخاطر

(17) يكون التركيز في مرحلة التنفيذ الإستراتيجي على

- (أ) الموازنات والإجراءات
- (ب) الإعداد القيادي
- (ج) الحد من الصراعات
- (د) وحدة التوجيه والأمر

(18) الإستراتيجية هي وسيلة تعتمد المنظمة للمواءمة بين

- (أ) الموارد والمخاطر في البيئة الخارجية
- (ب) الموارد والمهددات في البيئة الخارجية
- (ج) الموارد والفرص في البيئة الخارجية
- (د) الموارد والقوة في البيئة الخارجية

(19) من خطوات التخطيط الإستراتيجي

- (أ) تحليل البيئة التشغيلية
- (ب) تحليل الرقابة والمراجعة
- (ج) تحليل العوامل المؤثرة
- (د) تحليل الأنشطة العامة

(20) من خصائص الرؤية الإستراتيجية

- (أ) متابعة عملية التنفيذ الإستراتيجي
- (ب) الإشارة إلى القوة الدافعة للمنظمة
- (ج) الخصوصية والتحديد
- (د) رسم المسار الإستراتيجي للمنظمة

(21) من خلال الرسالة يمكن

- (أ) تمييز المنظمة عن غيرها
- (ب) توضيح سبب تواجد المنظمة
- (ج) توضيح إطار المنظمة
- (د) كل ما ذكر

(22) من الناحية الإستراتيجية فإن التغيير في الوعي الصحي يؤدي إلى

- (أ) إعادة تأهيل الأوضاع العلمية
- (ب) إعادة تقييم الأوضاع الإجتماعية
- (ج) إعادة تطوير الديمغرافية
- (د) إعادة تقييم الصناعة

(23) تشمل القوى الديمغرافية

- (أ) العمر والنوع والطبقة الإجتماعية
- (ب) الأخلاق والقيم الإجتماعية
- (ج) التشريعات والإجراءات والقوانين
- (د) الجوانب الإجتماعية والصحية

(24) يقصد بالمنافسين المحتملين

- (أ) عدد وحجم الشركات المتنافسة
- (ب) الشركات التي تعتمد على الصناعة
- (ج) الشركات التي لا تتنافس حالياً ولديها القدرة
- (د) الشركات التي توزع منتجات الصناعة

(25) أحد الجوانب التالية من الجوانب التي تشكل الصراع التنافسي بين الشركات

- (أ) استخدام السعر
- (ب) الولاء للماركة
- (ج) مزايا التكلفة
- (د) قوة المساومة

(26) نموذج أوستن أحد النماذج المستخدمة في

- (أ) تحليل الإقتصاد والأعمال
- (ب) تحليل الهياكل والنظم
- (ج) تحليل البنية والموارد
- (د) تحليل الصناعة والتنافس

(27) الخطوة الأولى في تحليل البيئة الداخلية

- (أ) تحليل مجالات الأنشطة الداخلية
- (ب) تحليل جوانب خلق الميزة التنافسية
- (ج) تحديد نقاط القوة والضعف والتهديدات
- (د) تحديد الفرص ومجالات التهديد

(28) يهدف مدخل الميزة التنافسية لتوجيه موارد المنظمة إلى تحقيق

- (أ) كفاءة متفوقة
- (ب) جودة متفوقة
- (ج) تحديث متفوق
- (د) كل ما ذكر

(29) إحدى الجوانب التالية من أسس بناء الميزة التنافسية

- (أ) تنمية الموارد المالية
- (ب) اعتماد هياكل تنظيمية جديدة
- (ج) تطوير الكفاءات والقدرات البشرية
- (د) تطبيق القياس المتوازن

(30) يتصف نظام الرقابة الإستراتيجية بـ:

- (أ) الدقة في الإجراءات
- (ب) القياس المقارن المعياري
- (ج) تقديم المعلومات الصحيحة
- (د) تقديم التغذية الراجعة

(31) من مهام الإدارة الإستراتيجية التي يتحتم مراجعتها

- (أ) تحليل العوامل الإستراتيجية
- (ب) تحليل القوى الإستراتيجية
- (ج) تحليل البنود الإستراتيجية
- (د) تحليل المراحل الإستراتيجية

(32) من المؤشرات المالية لتقييم الأداء المالي

- (أ) نسب الربحية
- (ب) نسب السوق
- (ج) نسب الرفع
- (د) نسب النمو

(33) إحدى الجوانب التالية من جوانب قياس الأداء المتميز

- (أ) التفوق التنافسي
- (ب) القدرات الخلاقة
- (ج) الأنشطة الإبداعية
- (د) الاستعداد للتغيير

(34) الإستراتيجية كلمة يونانية الأصل، وتعني

- (أ) فن الجنرال في الحرب
- (ب) فن القيادة الإدارية
- (ج) فن العمل الإداري
- (د) فن التجارة

(35) من الأساليب التي يتم من خلالها تحليل أصحاب العمل

- (أ) الدراسات
- (ب) المقابلات
- (ج) المسح
- (د) التقارير

(36) تعتبر إستراتيجية التركيز إحدى الإستراتيجيات

- (أ) الدفاعية العامة
- (ب) الهجومية العامة
- (ج) العامة للمنافسة
- (د) الاستقرار

(37) عند تحليل القوى التكنولوجية يتمحور الإهتمام على :

- (أ) إعادة تشكيل الصناعة
- (ب) إعادة تشكيل الإنتاج
- (ج) إعادة تشكيل البيئة
- (د) إعادة تشكيل الإقتصاد

(38) يشير التحليل الإستراتيجي للأوضاع الإجتماعية إلى :

- (أ) تغيير الإنتاج
- (ب) تغيير القيم
- (ج) تغيير الأعمار
- (د) تغيير السكان

(39) من أمثلة إستراتيجيات المنظمة

- (أ) إستراتيجية التسويق
- (ب) إستراتيجية الإنتاج
- (ج) إستراتيجية الموارد البشرية
- (د) كل ما ذكر

(40) تعتبر الأنشطة المتعلقة بالإمدادات الخارجية أنشطة تتعلق بتجميع وتخزين وتوزيع المنتجات، وهي من

الأنشطة

- (أ) التجميعية
- (ب) الأساسية
- (ج) التطويرية
- (د) التنموية

- (41) من إستخدامات أسلوب سلسلة القيمة
- (أ) المساعدة في مجالات تخفيض التكلفة
- (ب) المساعدة في تحديد الموارد المالية
- (ج) المساعدة في تحديد المجالات التسويقية
- (د) كل ما ذكر
- (42) من محاور بطاقة الأداء المتوازن
- (أ) محور المالية
- (ب) محور الأنظمة
- (ج) محور الزبائن
- (د) كل ما ذكر
- (43) عندما يكون لدى المنظمة قوة ولديها فرص خارجية، فإنه يجب
- (أ) التركيز على معالجة أوجه الضعف
- (ب) لتركيز على متابعة تحقيق الفرص
- (ج) التركيز على تلافى التهديدات
- (د) التركيز على تلافى الضعف والتهديدات
- (44) تتكون مصفوفة (SPACE) من أربعة أبعاد أهمها
- (أ) المركز المالي
- (ب) المركز السوقى
- (ج) المركز التنافسى
- (د) كل البنى
- (45) من محاور مصفوفة (SPACE)
- (أ) محور لوضع السوقى
- (ب) محور الوضع الصناعى
- (ج) محور الوضع الإنتاجى
- (د) محور الوضع التنافسى
- (46) تعرف محفظة الأعمال بأنها
- (أ) مجموعة وحدات الأعمال بالسوق التى تخدم المنظمة
- (ب) مجموعة وحدات الأعمال الإستراتيجية بالمنظمة التى تخدم السوق
- (ج) مجموعة وحدات الأعمال الإستراتيجية بالمنظمة التى تخدم المنتجات
- (د) مجموعة وحدات الأعمال الإستراتيجية بالمنظمة التى تخدم الإنتاج
- (47) يعبر عن محفظة الأعمال في شكل
- (أ) دائرة
- (ب) إحداثيات
- (ج) مصفوفة
- (د) كل ما ذكر
- (48) من معايير تقييم وحدة الأعمال
- (أ) حصة السوق النسبية
- (ب) الإمكانيات التكنولوجية
- (ج) الجودة
- (د) كل ما ذكر

(49) دورة الأعمال هي إحدى معايير تقييم

- (أ) حجم السوق
(ب) المركز التنافسي
(ج) جاذبية السوق
(د) هامش الربح

(50) يقصد بإستراتيجية تنمية السوق

- (أ) إضافة عملاء جدد لأسواق مترابطة
(ب) إضافة عملاء جدد لأسواق متباعدة
(ج) إضافة عملاء جدد لأسواق متقاربة
(د) إضافة عملاء جدد لوحدات سوقية