

(1) لتقديم منتجات جديدة مترابطة لبيعها في الأسواق الحالية، ينصح باتباع

- (أ) إستراتيجية النمو الرأسى
- (ب) إستراتيجية النمو الأولى
- (ج) إستراتيجية تنمية المنتج
- (د) إستراتيجية تنمية السوق**

(2) لتقديم منتجات جديدة ومتقدمة عن المنتجات الحالية المتقدمة ينصح باتباع

- (أ) إستراتيجية التطوير
- (ب) إستراتيجية الإبتكار**
- (ج) إستراتيجية الإنداخ
- (د) إستراتيجية التكامل

(3) يقصد ب استراتيجية المشروعات المشتركة

- (أ) تكوين كيان جديد من خلال التعاون مع شركة أخرى**
- (ب) تحقيق إنداخ وتعاون مع عدد من الشركات
- (ج) تحقيق إنداخ وتعاون داخل الأسواق العالمية
- (د) كل ما ذكر

(4) الاستراتيجية التي يمكن من خلالها مواجهة الاتجاهات السلبية في الأرباح هي :

- (أ) إستراتيجية الإنداخ الكلى
- (ب) إستراتيجية الشراكة والدمج
- (ج) إستراتيجية التصفية والتخلص
- (د) إستراتيجية تقليص النشاط**

(5) تهدف استراتيجيات مرحلة الركود إلى :

- (أ) زيادة المنتجات المصنعة
- (ب) زيادة حصة الشركة السوقية**
- (ج) زيادة حصة النمو الإنتاجي
- (د) زيادة حصة الربحية

(6) تعتبر استراتيجية تخفيض الأصول إحدى استراتيجيات

- (أ) مرحلة النشوء
- (ب) مرحلة النمو
- (ج) مرحلة النضج
- (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 التغيرات 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) تغير 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 الحكومة

- (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 إعتمادية الموارد**
- (د) مدخل التحليل الإستراتيجي

(14) يقصد بالكافعات 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 استكشاف

- (أ) الأسواق التنافسية
- (ب) الأنشطة البديلة**
- (ج) إمكانات المنظمة
- (د) المهددات والمخاطر

(17) يكون التركيز في مرحلة التنفيذ الاستراتيجي على

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

(18) الاستراتيجية هي وسيلة تعتمدها المنظمة للموافقة بين

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

(19) من خطوات التخطيط الاستراتيجي

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

(20) من خصائص الرواية الاستراتيجية

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

(21) من خلال الرسالة يمكن

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

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

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

(23) تشمل القوى الديمغرافية

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

(24) يقصد بالمنافسين المحتللين

- (أ) عدد وحجم الشركات المتنافسة
 (ب) الشركات التي تعتمد على الصناعة
 (ج) الشركات التي لا تنافس 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 للعلامة التجارية
- (ج) مزايا التكلفة
- (د) قوة المساومة

(26) نموذج أوستن أحد النماذج المستخدمة في

- (أ) تحليل الاقتصاد والأعمال
- (ب) تحليل الهيكل 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 و المجالات التهديدية

(28) يهدف مدخل الميزة التنافسية لتوجيهه 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) إعتماد هيكل تنظيمية جديدة
- (ج) تطوير الكفاءات والقدرات البشرية
- (د) تطبيق القواعد المترافق

(30) يتصف نظام الرقابة الإستراتيجية بـ:

- (أ) الدقة في الإجراءات
- (ب) القياس المقارن للمعيار
- (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 لتقدير الأداء المالي

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

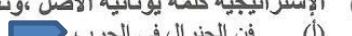
(33) إحدى الجوانب التالية من جوانب قياس الأداء المتميز

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



(34) الإستراتيجية كلمة يونانية الأصل، وتعنى

- (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 يتحمّل الإهتمام على :

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



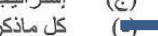
(38) يشير التحليل الإستراتيجي للأوضاع الاجتماعية إلى :

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



(39) من أمثلة إستراتيجيات المنظمة

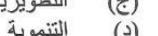
- (أ) إستراتيجية التسويق
 (ب) إستراتيجية الإنتاج
 (ج) إستراتيجية الموارد البشرية
 (د) كل ما ذكر



(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 تخفيف الكلفة
 (ب) المساعدة في تحديد الموارد المالية
 (ج) المساعدة في تحديد المجالات التسويقية
 (د) كل ماذكر

(42) من محاور بطاقة الأداء المتوازن

- (أ) محور المالية
 (ب) محور الأنظمة
 (ج) محور الزبائن
 (د) كل ماذكر

(43) عندما يكون لدى المنظمة قوة ولديها فرص خارجية، فإنه يجب

- (أ) التركيز على معالجة أوجه الضعف
 (ب) التركيز على متابعة تحقيق الفرص
 (ج) التركيز على تلافي التهديدات
 (د) التركيز على تلافي الضعف والتهديدات

(44) تتكون مصفوفة (SPACE) من أربعة أبعاد أهمها

- (أ) المركز المالي
 (ب) المركز السوقى
 (ج) المركز التنافسى
 (د) كل البيئى

(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 ماذكر

(48) من معايير تقييم وحدة الأعمال

- (أ) حصة السوق النسبية
 (ب) الإمكانيات التكنولوجية
 (ج) الجودة
 (د) كل ماذكر

(49) دورة الأعمال هي إحدى معايير تقييم

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

(50) يقصد ب استراتيجية تنمية السوق

- (أ) إضافة عملاء جدد لأسواق متابطة
(ب) إضافة عملاء جدد لأسواق متباينة
(ج) إضافة عملاء جدد لأسواق متقاربة
(د) إضافة عملاء جدد لوحدات سوقية