

- (1) لتقديم منتجات جديدة مترابطة لبيعها في الأسواق الحالية، ينصح بإتباع
- إستراتيجية النمو الرأسي.
 - إستراتيجية النمو الأولى.
 - إستراتيجية تنمية المنتج.
 - إستراتيجية تنمية السوق.
- (2) لتقديم منتجات جديدة ومتفوقة عن المنتجات الحالية المتقدمة ينصح بإتباع
- إستراتيجية التطوير.
 - إستراتيجية الإبتكار.
 - إستراتيجية الاندماج.
 - إستراتيجية التكامل.
- (3) يقصد بإستراتيجية المشروعات المشتركة
- تكوين كيان جديد من خلال التعاون مع شركة أخرى.
 - تحقيق إندماج وتعاون مع عدد من الشركات.
 - تحقيق إندماج وتعاون داخل الأسواق العالمية.
 - كل ما ذكر.
- (4) الإستراتيجية التي يمكن من خلالها مواجهة الإتجاهات السلبية في الأرباح هي :
- إستراتيجية الاندماج الكلي.
 - إستراتيجية الشراكة والدمج.
 - إستراتيجية التصفية والتخلص.
 - إستراتيجية تقليص النشاط.
- (5) تهدف إستراتيجية مرحلة الركود إلى :
- زيادة المنتجات المصنعة.
 - زيادة حصة الشركة السوقية.
 - زيادة حصة النمو الإنتاجي.
 - زيادة حصة الربحية.
- (6) تعتبر إستراتيجية تخفيض الأصول إحدى إستراتيجيات
- مرحلة النشو.
 - مرحلة النمو.
 - مرحلة النضج.
 - مرحلة التدهور.
- (7) من إستراتيجيات دخول الأسواق العالمية
- إستراتيجية التراخيص.
 - إستراتيجية التصدير.
 - الأنواع المشتركة.
 - كل ما ذكر.

(٨) من خطوات تنفيذ الإستراتيجية

- (أ) فرض علاقات السلطة.
 (ب) وضع السياسات المسترشد بها.
 (ج) توضيح الأهداف.
 (د) كل ما ذكر.

(٩) يرى الفريد تشاندلر أن التغييرات في إستراتيجية النمو تؤدي إلى ظهور مشاكل إدارية، الأمر الذي يتطلب

- (أ) نمط قيادي جديد.
 (ب) نمط إداري جديد.
 (ج) هيكل تنظيمي جديد.
 (د) توجه إستراتيجي جديد.

(١٠) تتغير إستراتيجية المنظمة وهيكلها في حالة

- (أ) زيادة نشاطها.
 (ب) زيادة حجمها.
 (ج) زيادة أعمالها.
 (د) زيادة مواردها.

(١١) المراجعة الإستراتيجية هي إحدى أدوات

- (أ) المراجعة الداخلية.
 (ب) المراجعة العامة.
 (ج) الرقابة الإستراتيجية.
 (د) الإدارة الإستراتيجية.

(١٢) من الأطراف التي تشكل آليات الرقابة من خلال الحوكمة

- (أ) أصحاب الأسهم.
 (ب) الإدارة.
 (ج) مجلس الإدارة.
 (د) كل ما ذكر.

(١٣) من نماذج تحليل المنظمة

- (أ) مدخل التحليل المالي.
 (ب) الأداء المالي.
 (ج) مدخل اعتمادية الموارد.
 (د) مدخل التحليل الإستراتيجي.

(١٤) يقصد بالكفاءات المتميزة

- (أ) نقاط قوة المنظمة.
 (ب) المهددات أمام المنظمة.
 (ج) الفرص أمام المنظمة.
 (د) كل ما ذكر.

(١٥) من عوامل النجاح الرئيسية داخل الصناعة

- (أ) التقنية غير متأكد
 (ب) التصنيع.
 (ج) التسويق.
 (د) كل ما ذكر. يمكن

(١٦) من خلال تحليل البيئة الداخلية تتمكن الإدارة من إستكشاف

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

(١٧) يكون التركيز في مرحلة التنفيذ الإستراتيجي على

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

(١٨) الإستراتيجية هي وسيلة تعتمد عليها 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.

(١٩) من خطوات التخطيط الإستراتيجي

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

(٢٠) من خصائص الرؤية الإستراتيجية

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

(٢١) من خلال الرسالة يمكن

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

- (٢٢) من الناحية الإستراتيجية 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.

- (٢٣) تشمل القوى الديمغرافية
- (أ) العمر والنوع والطبقة الاجتماعية.
- (ب) الأخلاق والقيم الاجتماعية.
- (ج) التشريعات والإجراءات والقوانين.
- (د) الجوانب الاجتماعية والصحية.

- (٢٤) 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.

- (٢٥) أحد الجوانب التالية من الجوانب التي تشكل الصراع التنافسي بين الشركات
- (أ) إستخدام السعر.
- (ب) الولاء للماركة.
- (ج) مزايا التكلفة.
- (د) قوة المساومة.

- (٢٦) نموزج اوستن أحد النماذج المستخدمة في
- (أ) تحليل الإقتصاد والأعمال.
- (ب) تحليل الهياكل والنظم.
- (ج) تحليل البنية والموارد.
- (د) تحليل الصناعة والتنافس.

- (٢٧) 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.

- (٢٨) يهدف مدخل الميزة التنافسية لتوجيه موارد المنظمة إلى تحقيق
- (أ) كفاءة متفوقة.
- (ب) جودة متفوقة.
- (ج) تحديث متفوق.
- (د) كل ما ذكر.

(٢٩) 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.

(٣٠) يتصف نظام الرقابة الإستراتيجية ب :

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

(٣١) من مهام الإدارة الإستراتيجية التي يتحتم مراجعتها

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

(٣٢) من المؤشرات المالية لتقييم الأداء المالي

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

(٣٣) إحدى الجوانب التالية من جوانب قياس الأداء المتميز

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

(٣٤) الإستراتيجية كلمة يونانية الأصل ، وتعني

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

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

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

(٣٦) تعتبر إستراتيجية التركيز إحدى الإستراتيجيات

(أ) الدفاعية العامة.

(ب) الهجومية العامة.

(ج) العامة للمنافسة.

(د) الإستقرار.

(٣٧) عند تحليل القوى التكنولوجية يتمحور الإهتمام على :

(أ) إعادة تشكيل الصناعة.

(ب) إعادة تشكيل الإنتاج.

(ج) إعادة تشكيل البيئة.

(د) إعادة تشكيل الإقتصاد.

(٣٨) يشير التحليل الإستراتيجي للأوضاع الإجتماعية إلى :

(أ) تغيير الإنتاج.

(ب) تغيير القيم.

(ج) تغيير الأعمار .

(د) تغيير السكان.

(٣٩) من أمثلة إستراتيجيات المنظمة

(أ) إستراتيجية التسويق.

(ب) إستراتيجية الإنتاج.

(ج) إستراتيجية الموارد البشرية.

(د) كل ما ذكر.

(٤٠) تعتبر الأنشطة المتعلقة بالإمدادات الخارجية أنشطة تتعلق بتجميع وتخزين وتوزيع المنتجات ،

وهي من الأنشطة

(أ) التجميعية.

(ب) الأساسية.

(ج) التطويرية.

(د) التنموية.

(٤١) 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.

(٤٢) من محاور بطاقة الأداء المتوازن

(أ) محور المالية.

(ب) محور الأنظمة.

(ج) محور الزبائن.

(د) كل ما ذكر.

(٤٣) 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.

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

- (أ) المركز المالي.
 (ب) المركز السوقي.
 (ج) المركز التنافسي.
 (د) كل البيئي.

(٤٥) من محاور مصفوفة (SPACE)

- (أ) محور لوضع السوقي.
 (ب) محور الوضع الصناعي. لم اجد له جواباً
 (ج) محور الوضع الإنتاجي.
 (د) محور الوضع التنافسي.

(٤٦) تعرف محافظة الأعمال بأنها

- (أ) مجموعة وحدات الأعمال بالسوق التي تخدم المنظمة.
 (ب) مجموعة وحدات الأعمال الإستراتيجية بالمنظمة التي تخدم السوق.
 (ج) مجموعة وحدات الأعمال الإستراتيجية بالمنظمة التي تخدم المنتجات. الأجوبة خطأ
 (د) مجموعة وحدات الأعمال الإستراتيجية بالمنظمة التي تخدم الإنتاج.

(٤٧) يعبر عن محافظة الأعمال في شكل

- (أ) دائرة.
 (ب) إحداثيات.
 (ج) مصفوفة.
 (د) كل ما ذكر.

(٤٨) من معايير تقييم وحدة الأعمال

- (أ) حصة السوق النسبية.
 (ب) الإمكانيات التكنولوجية.
 (ج) الجودة.
 (د) كل ما ذكر.

(٤٩) دورة الأعمال هي إحدى معايير تقييم

- (أ) حجم السوق.
 (ب) المركز التنافسي. الخيارات كلها خطأ الاجابة جاذبية الصناعة
 (ج) جاذبية السوق.
 (د) هامش الربح.

- (٥٠) 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.

مع أطيب التمنيات و الدعوات بالتوفيق والنجاح
لا تنسوني من صالح دعائكم