

بسم الله الرحمن الرحيم

إدارة الأعمال الإلكترونية - (المحاضرة 6 - الجزء الثاني) - استراتيجية الأعمال الإلكترونية
[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - الإدارة الأعمال الإلكترونية - د . ناصر عبد العال]

1) قيادة التكلفة الإجمالية تركز على

- أكبر شريحة من المستهلكين بعرض أقل الأسعار بالنسبة للقيمة .
- أكبر شريحة من العملاء بعرض أقل الأسعار بالنسبة للقيمة
- أكبر شريحة من المنتج بعرض أقل الأسعار بالنسبة للقيمة
- أقل شريحة من المستهلكين بعرض أكبر من الأسعار بالنسبة للقيمة

2) المصطلح الذي يمثل التركيز

- الإجمالية التكلفة قيادة Overall cost leadership
- التمييز Differentiation
- Focus .
- شيء لا nothing

3) الفكرة الرئيسية من التميز هي

- تنوع المنتج من حيث المواصفات .
- تنوع المنتج من حيث السعر .
- الوصول الى أكبر شريحة من المستهلكين .
- جميع ما ذكر .

4) من أهم عناصر التميز :

- الجودة / الحجم / التسليم / شروط الائتمان .
- الخدمة / التدريب والدعم الفني / السمعة .
- صورة العلامة التجارية / تقنية المعلومات / المنتجات الفعلية / السعر .
- جميع ما ذكر .

5) هو التركيز على شريحة من المشتريين، أو السوق في منطقة جغرافية معينة.

- التركيز Focus .
- التميز Differentiation .
- قيادة التكلفة الإجمالية leadership cost .
- لاشيء مما ذكر .

6) أستراتيجية التركيز تهتم بخدمة

- الاسواق المستهدفة .
- المنتج .

- المستهلك .

- العملاء .

(7) الاستراتيجية التي تفترض أن الشركة قادرة على خدمة الهدف الاستراتيجي الضيق بكفاءة وفاعلية أفضل من المنافسة على نطاق واسع هي

- استراتيجية التركيز .

- استراتيجية التنوع .

- استراتيجية التميز .

- استراتيجية التكاليف .

(8) من خصائص استراتيجية التركيز

- تحقيق التميز وولاء المستهلك للعلامة التجارية .

- حصر احتياجات السوق .

- تخفيض التكاليف من خلال التخصيص .

- تناسب شريحة معينة من الزبائن .

- تركيز على تطوير المنتج أو الترويج للعلامة التجارية وليس الكفاءة .

- تنجح عندما يتميز السوق بمحدودية المنافسة .

- تستخدم في شركات الطيران الداخلية .

- جميع ما ذكر .

(9) مراحل تطوير الاستراتيجية على التوالي هي

- التحليل الاستراتيجي .

- تحديد الأهداف .

- وضع الاستراتيجية .

- تنفيذ الاستراتيجية .

- جميع ما ذكر .

(10) المرحلة الثالثة من مراحل تطوير الاستراتيجية هي

- وضع الاستراتيجية .

- التحليل الاستراتيجي .

- تنفيذ الاستراتيجية .

- تحديد الأهداف .

(11) التحليل الاستراتيجي يتضمن

- تحليل البيئة الخارجية .

- تحليل البيئة الداخلية .

- تحليل البيئة الداخلية والخارجية معاً .

- لا شيء مما سبق .

(12) تحليل الموارد الداخلية للمنظمة يعتمد على :

- تحليل الموارد البشرية .
- تحليل المادية .
- تحليل الموارد المالية .
- تحليل الموارد العينية .
- تحليل الموارد المعرفية .
- جميع ما ذكر .

(13) تحليل البيئة الخارجية للمنظمة يعتمد على استخدام نموذج المنافسة
- SWOT .

- القوة نقاط Strengths
- الضعف نقاط..... Weaknesses
- لا شيء لا nothing

(14) هو رصد وتقييم ونشر المعلومات من البيئات الخارجية والداخلية .

- تحليل المنافسة SWOT .

- تحليل البيئة .
- تحليل التكاليف .
- لا شيء مما ذكر .

(15) من نقاط القوة التي تتمثل في العوامل التي تأخذ بالشركة إلى النجاح.....

- السمعة الطيبة .
- نوعية المنتجات .
- السلع منخفضة التكاليف .
- الاستثمار في رأس المال البشرى .
- جميع ما ذكر .

(16) يهدف تحليل البيئة الداخلية الى تحديد

- نقاط القوة والضعف .
- الموارد الاستراتيجية .
- الكفاءات المحورية .
- جميع ما ذكر .

(17) يهدف تحليل البيئة الخارجية الى تحديد

- الفرص والتهديدات .

- نقاط القوة والضعف .
- الكفاءات المحورية .
- الموارد الاستراتيجية .

..... (18) نقاط الضعف للشركة تشمل

- المنتجات عالية التكلفة .
- التكلفة الإنتاجية العالية .
- ارتفاع معدل دوران الموظفين .
- كثرة المنافسين .
- جميع ما ذكر .

..... (19) هي العوامل التي تكون خارج سيطرة الشركة .

- الفرص والتهديدات .
- نقاط القوة .
- نقاط الضعف .
- لا شيء مما ذكر .

..... (20) الفرص للشركة تشمل

- تغيير الوضع الديموغرافي .
- إغلاق بعض المحطات المنافسة .
- السماح بتوزيع المنتجات على نطاق واسع .
- جميع ما ذكر .

..... (21) التهديدات للشركة تشمل

- القوانين الجديدة .
- الركود .
- التضخم .
- زيادة المنافسة .
- جميع ما ذكر .

(22) تحليل الطلب يعتمد على :

- الخدمات الالكترونية .
- دراسة شرائح العملاء المتوقعين .
- (أ + ب) .
- لا شيء مما ذكر .

(23) من ضمن مراحل تطوير الاستراتيجية مرحلة تحديد الأهداف والرسالة ويجب أن تكون الأهداف :

- ذكية SMART.

- محددة specific .
- يمكن قياسها measurable .
- يمكن تحقيقها Achievable .
- ذات علاقة Relevant .
- محددة بمواقيت معينة timed .
- جميع ماذكر .

(24) تخلق المؤسسة قيمة جديدة عن طريق

- خفض التكاليف .
- إضافة قيمة جديدة .
- إدارة المخاطر .
- خلق واقع جديد .
- جميع ماذكر .

(25) تشمل تحديد الخيارات وتقييم الخيارات واختيار أنسبها .

- وضع الاستراتيجية .
- تنفيذ الاستراتيجية .
- تحديد الأهداف والرسالة .
- التحليل الاستراتيجي .