

أسئلة إدارة عمليات لنماذج سابقة (الدفعة الماسية) المحاضرة الثالثة

1- ليس من فئات المنتج الجديد
-المنتجات المبتكرة

-تغييرات المنتجات المبتكرة

-تغييرات المنتجات الحالية

-المنتجات المقلدة

2- لا تحتاج الاستراتيجية الهجومية الى

-الجهد المكثف في البحث والتطوير

-موارد كبيرة

-قدرة كبيرة على تحمل المخاطر

-قدرة ادخال التعديلات على المنتج

3-لايدخل ضمن اسباب تطوير المنتجات

-المنافسة

-تطوير حاجة الزبون

-ارتفاع الاسعار

-التطوير التكنولوجي

4-التنوع هو عدد

-طرق الانتاج التي تتبناها المؤسسة

-المنتجات المختلفة التي تنتجها المؤسسة

-خطوط الانتاج التي تختارها المؤسسة

-زبائن وموردي المؤسسة

5- ليس من عيوب التنوع

-الانتاج بكمية صغيرة

-الجودة المنخفضة

-التكلفة الكبيرة

-زيادة المخزون

6- لا ينتج التطور والتزايد الكبيران في المنتجات عن:

-توليد منتجات جديدة من منتجات قديمة
-ظهور اساليب وطرق جديدة

- ابتكار منتجات جديدة

-تخفيض الاسعار

7- الاستراتيجية الهجومية تسمى:

-استراتيجية قائد السوق

-استراتيجية الانتاج الكفاء

-استراتيجية تطوير السوق

-استراتيجية اتباع القائد

8- من مبررات استخدام التنوع في المنتجات:

-تقليص التكاليف

-استغلال الطاقات العاطلة

-زيادة المخزون

-الانتاج بكميات كبيرة

9- من عيوب التنوع:

-الانتاج بكمية كبيرة

-قلة فرص الاختيار امام الزبون

-التكلفة الكبيرة

-تقليص الكميات المخزنة

10- تدخل المنتجات المقلدة ضمن:

-المنتجات المبتكرة

-فئات المنتجات القديمة

-فئات المنتجات الجديدة

-تطوير المنتجات الحالية

11- تعرف طريقة ABC ايضاً بـ:

A - Ifredo Analysis

Pareto Analysis -

- Stevenson Analysis

12- من مبررات التبسيط في المنتجات:

-الاتاج بكميات قليلة

-استغلال الطاقة الزائدة

-تحقيق ميزة ادنى تكلفة للوحدة

-زيادة فرص الاختيار امام الزبون

13- استراتيجية المنتج التي تعتمد على قدرة ادخال التعديلات على المنتج او الخدمة الحالية

-استراتيجية الاتاج الكفاء

-الاستراتيجية الموجهه للتطبيقات

-استراتيجية الدفاعية

-استراتيجية الهجومية

14- يشير التوسع خارج نطاق الصناعة ب

-التنوع العمودي

-التنوع الافقي

-التنوع الجانبي

-التنوع العمودي الى الخلف

15- من خصائص المنتج المادي

-لايمكنو اعادة بيعه

-لايمكن وصفه قبل الشراء

-اتاجه واستهلاكه غير متزامنين

-لايمكن تملكه

16- مما تحتاج اليه استراتيجية القائد قدرة كبيرة على

-غزو السوق

-تحمل المخاطر

-فرض الاسعار

-اعادة الهندسة

17- تقليص دورة حياة المنتجات لايتم عن
-سرعة تطوير المنتجات

-رفع حجم الانتاج

-سرعة ادخال المنتجات الجديدة
-شدة المنافسة بين المؤسسات
18- استراتيجية المنتج التي تعتمد فيها المؤسسة على قدرتها التكنولوجية هي

-استراتيجية الهجومية

-الاستراتيجية الموجهة للتكنولوجيا
-استراتيجية موجهة للتطبيقات
-استراتيجية اتباع القائد

19- يعني تنوع المنتجات

-زيادة عدد المنتجات

-زيادة انواع المنتجات

-زيادة عدد وانواع المنتجات

-زيادة اسواق المنتجات

20- المنتجات المبتكرة هي

-منتجات لم يكن لها وجود من قبل

-منتجات موجودة ولكن لم يتم تسويقها من قبل

-منتجات قديمة تم تطويرها

-منتجات قديمة تم تقليدها

21- التبسيط في المنتجات يعني

-تبسيط خصائص المنتجات

-تحديد الدرجة المثلى لتنوع المنتج

-تبسيط تغليف المنتجات

-تبسيط انتاج المنتجات

22- الوظيفة التي اصبحت تهتم بتطوير المنتجات في المؤسسة هي وظيفة

-الترقية والتطوير

-البحث والابداع

-التطوير والابداع

-البحث والتطوير

23- التنوع الافقي هو توسع في

-منتجات متشابهة او متكاملة

-منتجات متشابهة

-منتجات متكاملة

-منتجات افقية

24- ليس من استراتيجيات المنتج

-الاستراتيجية الهجومية

-الاستراتيجية الانتاج المقلد

-استراتيجية اتباع القائد

-الاستراتيجية الموجهة للتطبيق

25- ليس من عيوب التنوع في المنتجات :

-الانتاج بكميات كبيرة

-الانتاج بكميات صغيرة

-الانتاج بتكلفة كبيرة

-زيادة المخزون

26- تساهم شدة المنافسة بين المؤسسات في :

-مد دورة حياة المنتج

-تقليص دورة حياة المنتج

-عدم تطوير المنتجات

-تبسيط المنتجات

27-مايمكن اعتباره مجموعة من الخصائص المادية والكيميائية المجتمعة في شكل محدد
لأشباع حاجة معينة :

-الانتاج

-المنتج

-الخدمة

-الانتاجية

28- تحسب المنتجات المقلدة ضمن :

-المنتجات التقليدية

-المنتجات الجديدة

-المنتجات القديمة

-المنتجات البسيطة

29- ليس من المنتجات الجديدة:

-المنتجات المبتكرة

-المنتجات المقلدة

-المنتجات القديمة التي ادخل عليها تغيير

-المنتجات البسيطة

30- الاستراتيجية التي تعتمد على قدرة ادخال التعديلات على المنتج او الخدمة الحالية
وتكييفها هي :

-الاستراتيجية الهجومية

-استراتيجية القائد

-الاستراتيجية الموجهة للتطبيق

-استراتيجية التكيف

31- التوسع في منتجات متشابهة او متكاملة باستعمال نفس المعدات والمواد والعمال
وقنوات التوزيع هو:

-التوسع المتشابه

-التوسع المتكامل

-التنوع الجانبي

-التنوع الافقى

32- التوسع خارج مجال الصناعة المحدد من اجل استغلال المواد هو

-التنوع الجانبي

-التنوع العمودي

-التوسع الخارجى

-التنوع الافقى

33- استراتيجية المنتج التى تعتمد فيها المؤسسة على قدرتها التكنولوجية هي

-الاستراتيجية التكنولوجية

-الاستراتيجية الهجومية

-استراتيجية اتباع القائد

-الاستراتيجية الموجهة للتطبيقات

34-الاستراتيجية التى تسمى ايضا استراتيجية قائد السوق

-استراتيجية القادة

-الاستراتيجية الموجهة للتطبيقات

-استراتيجية اتباع القائد

-استراتيجية الهجومية

35- ليس من اهم عيوب تنوع المنتجات

-الاتاج بكميات صغيرة

-التكلفة الكبيرة

-زيادة المخزون

-تخفيض الاسعار

36- التبسيط يعنى تحديد

-المستوى الامثل لسهولة المنتج

-المستوى الامثل للتسويق

-الدرجة المثلى لجودة المنتج

-الدرجة المثلى لتنوع المنتج

أسئلة إدارة عمليات لنماذج سابقة (الدفعة الماسية) المحاضرة الرابعة

1- دورة حياة المنتج هي المراحل التي يمر بها المنتج:

-منذ ظهوره وحتى دخوله السوق

-منذ ظهوره وحتى تراجع

-منذ الفكرة وحتى التراجع

-منذ ظهوره وحتى ظهور منتج جديد

2- تكون دورة حياة الخدمة عموما اطول من دورة حياة المنتج:

-لان الخدمة اقل تكلفة من المنتج

-لان الخدمة اقل تعرضا للتقادم

-لان المنتج اطول وقتا للنتاج

-لان المنتج اكثر تعرضا للمنافسة

3- المرحلة التي تمتد من بين ظهور الفكرة الجديدة وحتى ادخال المنتج الجديد الى السوق:

-دورة الانتاج

-دورة المنتج

-دورة الابداع

-فجوة الابتكار

4- المنتج القياسي :

-يتمتع بكميات كبيرة مع تنوع ادنى

-يتمتع بكميات ضئيلة مع تنوع ادنى

-يتمتع بكميات كبيرة مع تنوع اكثر

-يتمتع بكميات ضئيلة مع تنوع اكثر

5- لاتعتمد الطريقة البديهية لتطوير المنتجات على:

-الافكار الداخلية

-شكاوى الزبائن

-افكار الموزعين

-قانون العمل

6- ضمن الطريقة البديهة تكون الغربة هي
الخطوة الاولى

-الخطوة الثانية

الخطوة الثالثة

الخطوة الرابعة

7- اسلوب تطوير المنتجات الذي تتبناه خاصة المؤسسات الكبرى نظرا لارتفاع التكاليف:
-الطريقة البديهة
-فريق المغامرة

-دورة الابتكار

-دورة حياة المنتج

8- يكون ظهور الربح في الخدمة:

-اسرع من ظهوره في المنتج

-اقل من ظهوره في المنتج

-بنفس سرعة ظهوره في المنتج

-اقوى منه في المنتج

9- ليس من مراحل الطريقة البديهة لتطوير المنتجات:

-مرحلة تطوير الافكار

-مرحلة النضج

-مرحلة تحليل الاعمال

-مرحلة التطوير

10- تتميز مرحلة النضج ضمن مراحل دورة حياة المنتج بعدة خصائص منها:

-نمو سريع في المبيعات

-عدد قليل من الزبائن

-عدد كبير من المنافسين

-كمية قليلة من المبيعات

11- تتميز دورة حياة الخدمة مقارنة بدورة حياة المنتج المادي ب :

-زيادة التكاليف

-كونها أطول

-سرعة التعرض للتقادم

-البطء في تحقيق الربح

12- يمثل النمو:

-المرحلة الاولى من دورة حياة المنتج

-المرحلة الثانية من دورة حياة المنتج

-المرحلة الثالثة من دورة حياة المنتج

- المرحلة الرابعة من دورة حياة المنتج

13- في دورة حياة المنتج:

3 مراحل

4 مراحل

5 مراحل

6 مراحل

14- تمثل الطريقة البديهية واحدا من:

-مناهج البحث العلمي

-أساليب اكتشاف الاسواق الجديدة

-مناهج بناء الميزة التنافسية

-اساليب تطوير المنتجات

15- تحتوي الطريقة البديهية على:

8 مراحل

6 مراحل

4 مراحل

3 مراحل

16 - تحتوي طريقة دورة الابتكار على:

8 مراحل

7 مراحل

6 مراحل

5 مراحل

17- التقييم من وجهة نظر الانتاج هي واحدة من مراحل:

-الطريقة البديهية

-طريقة دورة الابتكار

-طريقة فريق المغامرة

-الطريقة التطبيقية

18- الطريقة البديهية لتطوير المنتجات

-تعتمد على المصادر الداخلية

-تعتمد على المصادر الخارجية

-تعتمد على المصادر الداخلية والخارجية

-لا تعتمد على المصادر

19- فريق المغامرة هو اسلوب من اساليب:

-ادارة المشاريع

-تطوير المنتجات

-ادارة الانتاج

-ادارة المؤسسات

20- يمثل التقييم من وجهة نظر التسويق مرحلة من مراحل:

-الطريقة البديهية

-ادارة العمليات

-دورة حياة المنتج

-دورة الابتكار

21- المرحلة الثالثة للطريقة البديهية لتطوير المنتجات هي:

-توليد الافكار

-الغربة

-تطوير المنتج

-التحليل

22-حسب دورة الابتكار يقيم النموذج الاول للمنتج:

-من الجانب التسويقي والجانب المالي

-من وجهة نظر الانتاج ومن الجانب المالية

-من الجانب المالي فقط

-من الجانب التسويقي ومن وجهة نظر الانتاج

23-ليس من اهم خصائص التجربة اليابانية:

-اسلوب التحسينات الصغيرة والمستمرة

-تقليص دورة حياة المنتج

-الاقتراب من الزبون بالتنوع العمودي الى الامام

-عدم الجمع بين ميزة التنوع وتكلفة الوحدة

24- اساس منحى التعلم انه عند تضاعف الكمية من الانتاج:

-ينقص وقت انتاج الوحدة بمعدل ثابت

-تنقص تكلفة انتاج الوحدة بمعدل ثابت

-ينقص انتاج الوحدة بمعدل غير ثابت

-تنقص تكلفة انتاج الوحدة بمعدل غير ثابت

25- الطريقة التجريبية لتطوير المنتجات:

- الطريقة البديهية

- دورة الابتكار

-فرق المغامرة

-دورة الحياة

26- يمثل التقييم من وجهة نظر التسويق:

-خطوة من خطوات الطريقة البديهية

-مرحلة من مراحل دورة الابتكار

-شرطا من شروط تقليد المنتجات

-طريقة من طرق تطوير المنتجات

27- اسلوب تطوير المنتجات الذي تتبناه خاصة المؤسسات الكبرى نظرا لارتفاع التكاليف:

-دورة الابتكار

-دورة الحياة

-دورة الانتاج

-استراتيجية قياده

28- ليس من اساليب تطوير المنتجات:

-فجوة الابتكار

-الطريقه البديهية

-فريق المغامرة

-دورة الابتكار

29- الغربة مرحلة من مراحل:

-طريقة دورة حياة المنتج

-طريقة دورة الابتكار

-طريقة فريق المغامرة

-الطريقة البديهية

30- يكون فريق تطوير المنتج متعدد التخصصات ومستقلا في عمله عن بقية المؤسسة في حالة:

-الطريقة البديهية

-طريقة دورة الابتكار

-طريقة فريق المغامرة

-طريقة دورة حياة المنتج

31- ليس من خصائص التجربة اليابانية:

-الجمع بين ميزة التنوع وتكلفة الوحدة –

-الاقتراب من الزبون بالتنوع العامودي الى الامام

-التنوع الكبير للمنتجات

-الاعتماد على الطريقة البديهية لتطوير المنتجات