

## حل اسئلة اختبار الاداره الاستراتيجيه ١٤٤٠ هـ

س١/ تعد الاستراتيجيه:

- ١- على مستوى الاداره العليا
- ١- على مستوى الاداره الوسطى
- ٢- على مستوى الاداره الدنيا
- ٣- على كل مستويات المؤسسه

س٢/ من اهم خصائص القرار الاستراتيجي انه:

- ١- يخص المؤسسه ككل
- ٢- لا علاقه له بالقرارات العمليه
- ٣- يؤدي الى تغيير ملحوظ
- ٤- مكلف بالنسبه للمؤسسه

س٣/ ليس من منطلقات الاستراتيجيه :

- ١- منطلق الاقتصاد الصناعي
- ٢- منطلق الاداره
- ٣- منطلق المعرفه
- ٤- منطلق الاخلال

س٤/ ليس من ابعاد الاداره الاستراتيجيه :

- ١- البعد التنظيمي
- ٢- البعد الاقتصادي
- ٣- البعد الاداري
- ٤- البعد السياسي

س٥/ تظهر ابعاد الاستراتيجيه في نموذج :

- ١- CPR
- ٢- MRP
- ٣- VIP
- ٤- LCP

س٦/ رساله المنظمه تمثل كيفيه تحقيق :

- ١- استراتيجيتها
- ٢- خطتها

٣- التزاماتها

٤- سبب التواجد

س٧/ البيئه الخارجيه لها :

١- ٥ مستويات

٢- ٤ مستويات

٣- ٣ مستويات

٤- ٢ مستويين

س٨/ في عمليه تحليل البيئه الكليه يمثل التحليل :

١- المرحله الاولى

٢- المرحله الثانيه

٣- المرحله الثالثه

٤- المرحله الرابعه

س٩/ يستعمل نموذج القوى الخمس لتحليل :

١- البيئه الكليه

٢- القطاع

٣- السوق

٤- المنافست

س١٠/ يمثل نموذج المجموعات الاستراتيجيه :

١- خارطة للقطاع

٢- نقاط قوه السوق

٣- الفرص البيئيه

٤- التهديدات البيئيه

س١١/ حسب Porter هناك :

١- نوعان من الميزه التنافسيه

٢- ثلاثه انواع من الميزه التنافسيه

٣- اربعة انواع من الميزه التنافسيه

٤- ستة انواع من الميزه التنافسيه

س١٢/ النموذج الذي يمكن تحليل نشاط المؤسسة هو :

١- نموذج القوى الخمس

٢- سلسلة القيمة

٣- المجموعه الاستراتيجيه

٤- ابعاد الاداره

س١٣/ حسب Porter الوظائف العمليه هي الوظائف التي :

١- تنشئه القيمة

٢- تخص العمليه الانتاجيه

٣- تتعلق بالانتاج والامداد فقط

٤- تخص الانتاج والتسويق فقط

س١٤/ حسب Porter تكون مصادر الميزه التنافسيه موزعه :

١- عبر وظائف الانتاج فحسب

٢- عبر وظائف الانتاج والامداد فقط

٣- عبر وظائف الانتاج والتسويق

٤- عبر كل وظائف المنظمه

س١٥/ يسمح تحليل المواد ب.....:

١- معرفه موضع الاخلال

٢- تحديد الفرص الاساسيه للنجاح

٣- تحديد مصادر الميزه التنافسيه

٤- معرفه قوة المنافسين

س١٦/ يستعمل نموذج VRIO من اجل :

١- التعرف على قوة الاستراتيجيه

٢- التعرف على قدرات المؤسسة

٣- تحليل القيمة الاستراتيجيه للموارد

٤- معرفه خصائص القدرات الاستراتيجيه

س١٧/ تصلح الاستراتيجيه السيطره من خلال التكاليف فقط بالنسبة للمؤسسه التي :

١- تركز على شريحه ضيقه من السوق

٢- تستهدف جزء كبير من السوق

٣- تبيع بأسعار متوسطه

٤- ليس لها منافسين اقوياء

س١٨/ تعتبر اعاده الهندسه واحده من :

- ١- عناصر التغيير
- ٢- عوامل استراتيجيه التطهير
- ٣- عناصر الاستراتيجيه الهجينه
- ٤- مصادر تقليص التكاليف

س١٩/ مجموعه من الجهات التي تولي لنمو وصحه المؤسسه اهتماما كبيرا مايعرف بـ :

- ١- اصحاب المصلحه
- ٢- عملاء المؤسسه
- ٣- الاطراف الخارجيه للمؤسسه
- ٤- الجهات الفاعلة

س٢٠/ يتعلق تحليل السلطات بتحليل :

- ١- اصحاب مصلحت
- ٢- عملاء المؤسسه
- ٣- الاطراف الخارجيه للمؤسسه
- ٤- الجهات الفاعلة

س٢١/ العنصر الذي يجب ارضاءه هو ذلك الذي يتميز بـ :

- ١- اهتمام ضعيف وسلطه ضعيفه
- ٢- اهتمام ضعيف وسلطه كبيره
- ٣- اهتمام كبير وسلطه ضعيفه
- ٤- اهتمام كبير وسلطه كبيره

س٢٢/ العنصر الذي يجب ابلاغه هو ذلك الذي يتميز بـ :

- ١- اهتمام ضعيف وسلطه ضعيفه
- ٢- اهتمام ضعيف وسلطه كبيره
- ٣- اهتمام كبير وسلطه ضعيفه
- ٤- اهتمام كبير وسلطه كبيره

س٢٣/ العنصر التابع هو ذلك الذي يتميز بـ :

- ١- الشرعيه والالاح
- ٢- القدره والالاح

٣- الشرعيه والقدرة

٤- الشرعيه فقط

س٢٤/ العنصر التقديرى هو ذلك الذى يتميز بـ :

١- الشرعيه والالاح

٢- القدرة والالاح

٣- الشرعيه والقدرة

٤- الشرعيه فقط

س٢٥/ ظهر نموذج SWOT فى سنه 1960 فى :

١- جامعه Stanford

٢- جامعه Harvard

٣- جامعه Becklev

٤- جامعه Oxlord

س٢٦/ يعتمد التفكير فى تحليل SWOT على :

١- مقارنة الفرص والتهديدات

٢- نقاط القوة ونقاط الضعف

٣- نتائج تشخيص البيئه الداخليه للمؤسسه

٤- مقارنته نتائج تشخيص البيئه الداخليه وتشخيص البيئه الخارجيه للمؤسسه

س٢٧/ يساعد SWOT على :

١- طرح خيارات استراتيجيه للمؤسسه

٢- حصر نقاط القوة والضعف للمؤسسه

٣- حصر الفرص والتهديدات

٤- حصر نقل بيئه المنافسه

س٢٨/ حسب نموذج BCG1 يتم تحليل المكانه التنافسيه فى :

١- مرحلته واحده

٢- مرحلتين

٣- ثلاث مراحل

٤- اربع مراحل

س٢٩/ القطاع الذى يعرف نسبه نمو كبيره تكون فيه نسبه زياده المبيعات :

- ١- تساوي نسبة ارتفاع التكاليف الاجمالية
- ٢- اكبر من نسبة ارتفاع التكاليف الاجمالية
- ٣- اقل من نسبة ارتفاع التكاليف الاجمالية
- ٤- ضعف نسبة ارتفاع التكاليف الاجمالية

س٣٠/ برز مايعرف بنموذج دورة حياة المنتج أي lifecycle product في :

- ١- مطلع الاربعينات
- ٢- منتصف الاربعينات
- ٣- منتصف الخمسينات
- ٤- نهاية الستينات

س٣١/ العنصر المسيطر هو ذلك الذي يتميز بـ:

- ١- الشرعية والالاح
- ٢- القدرة والالاح
- ٣- الشرعية والقدرة
- ٤- الشرعية فقط

س٣٢/ تعطي المكانة التنافسية فكرة عما تملكه الوحدة الاستراتيجية من :

- ١- موارد مقارنة بالمنافسين
- ٢- قدرات مقارنة بالمنافسين
- ٣- مزايا او افضليات مقارنة بالمنافسين
- ٤- خطط استراتيجية مقارنة بالمنافسين

س٣٣/ تلجأ المؤسسات للنمو الداخلي:

- ١- غالبا
- ٢- نادرا
- ٣- نادر جدا
- ٤- دائما

س٣٤/ تتميز البقرة الحلوب بـ:

- ١- معدل نمو كبير
- ٢- حصص ضعيفة من السوق
- ٣- معدل نمو منخفض وحصص كبيرة من السوق



٤- معدل نمو مرتفع وحصّة ضعيفة من السوق

س٣٥/ تعتمد استراتيجية السيطرة من خلال التكاليف على :

١- المنتج المعياري

٢- المنتج الجديد

٣- المنتج القوي

٤- المنتج ( مو واضح )

س٣٦/ يقصد بالتميز في مجال الاستراتيجية جعل المنتج:

١- مميز عن غيره من جانب السعر

٢- مميز عن غيره من جوانب غير السعر

٣- متفوقا

٤- ممتازا

س٣٧/ استراتيجية التميز تكمن في:

١- التوجه الى شريحة ضيقة من السوق وبمنتجات مميزة

٢- التوجه الى سوق ضيقة وبمنتجات مميزة

٣- التوجه الى سوق واسعة وبمنتجات مميزة

٤- التوجه الى سوق واسعة وبمنتجات جديدة

س٣٨/ ليس من الاستراتيجيات التي اقترحها Ansoff:

١- اختراق السوق

٢- تطوير السوق

٣- السيطرة على السوق

٤- تطوير المنتجات

س٣٩/ يقصد باستراتيجية التخصص ان المؤسسة اختارت ان تنشط :

١- في تخصصاتها فحسب

٢- في قطاع متخصص

٣- بمجال نشاط استراتيجي اساسي واحد

٤- بمجالات نشاط استراتيجي خاصة

س٤٠/ من خصائص النمو الداخلي :

- ١- السهولة
- ٢- السرعة
- ٣- كثرة ( مو واضح )
- ٤- تزامن الثقافة

س٤١/ تلجأ المؤسسات للتحالف مع مؤسسات اخرى عموما من اجل:

- ١- تقليص تكاليفها بالتعاون مع الحليف او الحلفاء
- ٢- رفع هامش ربحها بالتعاون مع الحليف او الحلفاء
- ٣- تحسين مكانتها من السوق بالتعاون مع الحليف او الحلفاء
- ٤- الحصول على موارد معينة او مهارات معينة لم تكن متوفرة لديها

س٤٢/ التحالف عبارة عن التزام :

- ١- نهائي
- ٢- لا محدود
- ٣- غير قابل للتراجع
- ٤- قابل للتراجع

س٤٣/ يهدف التخطيط الاستراتيجي الى تقليص :

- ١- دورة حياة المنتج
- ٢- الفجوة الاستراتيجية
- ٣- ميزة المنافسين
- ٤- فترة دخول السوق

س٤٤/ تعرف المدرسة التشكيلية ( او التشكيلية ) الاستراتيجية على انها :

- ١- عملية تحويل او نموذج
- ٢- عملية تشكيل
- ٣- مجموعة من التشكيلات المتسلسلة
- ٤- مجموعة من النماذج

س٤٥/ تقوم الشراكة التكافلية على تعبئة موارد:

- ١- مؤسسات متنافسة وتجمعها علاقات اعمال
- ٢- مؤسسات متنافسة ولكن لا تجمعها علاقة اعمال
- ٣- مؤسسات غير متنافسة وتجمعها علاقات اعمال



#### ٤- مؤسسات غير متنافسة ولا تجمعها أي علاقة أعمال

س٤٦/ يمثل التعرف على اسباب النجاح والفشل واحدا من عوامل :

- ١- بناء الاستراتيجيات
- ٢- استمرارية المنظمات
- ٣- فهم الاستراتيجيات
- ٤- تنفيذ الاستراتيجيات

س٤٧/ من بين ما تتميز به الخطط طويلة المدى :

- ١- الطابع الاستراتيجي
- ٢- التأكيد اكثر على الانشغالات المالية
- ٣- الاهتمام بالفجوة الاستراتيجية
- ٤- الاهتمام بكل انواع البيئة

س٤٨/ من خصائص تحالف التجميع أنه:

- ١- يؤدي عموما الى تسريح العمال
- ٢- يؤدي دائما الى تخفيض تكاليف المؤسسة
- ٣- يؤدي دائما الى منتج مشترك بين الشركاء
- ٤- لا يؤدي ابدأ الى دخول المؤسسة اسواق جديدة

س٤٩/ لقد قدم Mintzberg نموذج:

- ١- 5p
- ٢- 4p
- ٣- 5c
- ٤- 4c

س٥٠/ من بين العوامل التي تعتمد عليها استراتيجية المنظمة:

- ١- كل موارد المؤسسة
- ٢- قدرات .. ( مو واضح )
- ٣- القدرات الدنيا
- ٤- المهارات الاساسية للمنظمة

كتابه وحلول

لوسينداً العصاميه ✍️ & Zainab habib♥

والشكر موصول لمن وافانا بالاسئله ،،



نحيا معي  
بإرادتي