

موضوعات خاصة بالادارة

السلام عليكم هذي مشاركة متواضعة مني وهي عبارة عن مراجعة على صيغة اسئلة حتى تسهل علينا الحفظ خصوصاً التعريفات

المحاضرة الاولى

يرى ان عملية التعلم التنظيمي هي الاختبار والمراجعة المستمرة للخبرات وتحويلها الى معرفة تستطيع المنظمة الحصول عليها وتوظيفها لأغراضها الرئيسية.

1- سايمون.

2- سينج.

3- Poppera & Lipshitz

4- كريس أرجريس.

يرى بأن التعلم التنظيمي عبارة عن آلية التعلم التي تتبناها المنظمة وتجعلها جزءاً من ثقافتها التنظيمية.

1- سايمون.

2- سينج.

3- Poppera & Lipshitz

4- كريس أرجريس.

يعرف التعلم التنظيمي بأنه الوعي بالمشكلات التنظيمية والنجاح في تحديدها من قبل أفراد التنظيم.

1- سايمون.

2- سينج.

3- Poppera & Lipshitz

4- كريس أرجريس.

يعرف التعلم التنظيمي بأنه العملية التي يتم من خلالها كشف الأخطاء وتصحيحها.

1- سايمون.

2- سينج.

3- Poppera & Lipshitz

4- كريس أرجريس.

التجارب السيئة هي :

1- التجارب الفاشلة.

2- التجارب التي لم يتم التعلم منها.

يصف المنظمة المتعلمة على انها المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يتعلم.

1- كارفن.

2- سينج.

3- سيرجمان.

يعرف المنظمة المتعلمة على انها المنظمة الماهرة في خلق واكتساب، وتحويل المعرفة، وفي تعديل سلوكها لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة.

1- كارفن.

2- سينج.

3- سيرجمان.

يعرف المنظمة المتعلمة بأنها تلك التي تمتلك طاقة للتحسين المستمر لفاعليتها ولأعضائها لإيجاد طرائق افضل وجديدة لتنظيم جهودهم باتجاه الهدف.

1- كارفن.

2- سينج.

3- سيرجمان.

يرى Brandt المنظمة المتعلمة:

1- تنظيم مفتوح مع البيئة الداخلية.

2- تنظيم مفتوح مع البيئة الخارجية.

واحدة من الاتي لا تعتبر من مميزات المنظمة المتعلمة:

- 1- نمو الاحساس والشعور بالمسؤولية الشخصية والمشاركة.
- 2- عدم قبول الاخطاء لأنها ليست ذات قيمة
- 3- العمليات المشتركة حيث الحوار والاستكشاف ومناخ القيم المشتركة المتبادلة.
- 4- تمكين الافراد في تحليل المشاكل وتحديد الحلول.

حسب واتكنز و مارساك،حتى تصبح المنظمة متعلمة او تسير نحو التعلم فلا بد من :

1- ربط المنظمة بالبيئة الداخلية.

2- ربط المنظمة بالبيئة الخارجية

يعتبر مبتكر فكرة المنظمة المتعلمة:

1- مارسك و اتكنز.

2- ماركورات.

3- سينج

4- العتيبي.

المحاضرة الثانية

تمت صياغة مصطلح القيادة التحويلية لأول مرة من قبل:

- 1- بيرنز .
- 2- داونتون
- 3- تيتشي .
- 4- تروفيو .

القيادة تختلف تمامًا عن استخدام القوة لأنه لا يمكن فصلها عن حاجات الاتباع:

- 1- بيرنز
- 2- داونتون
- 3- تيتشي .
- 4- تروفيو .

القيادة التحويلية هي عملية تحدث عندما يقوم شخص او اكثر بالالتحام مع آخرين بطريقة تمكن القادة والتابعين من رفع بعضهم الآخر لمستويات اعلى من الاخلاق والدوافع والسلوكيات، هو تعريف ل:

- 1- تيتشي وديفانا .
- 2- تروفيو .
- 3- بينس ونانس .
- 4- بيرنز

القيادة التحويلية هي عملية ادراك الحاجة للتغيير وصنع رؤية جديدة من قبل القادة التحويليين داخل المنظمات، هو تعريف ل :

- 1- تيتشي وديفانا
- 2- تروفيو .
- 3- بينس ونانس .
- 4- بيرنز .

القيادة التحويلية تعمل على تحويل التابعين الى قادة متحكمين بقدراتهم، والى قادة للتغيير، هو تعريف ل:

1- تيشتي وديفانا.

2- تروفينو.

3- بينس ونانس]

4- بيرنز.

القيادة التحويلية هي القيادة التي تضع رؤية واضحة لمنظماتها، وتعمل على ايجاد أنظمة منتظمة جديدة كليًا تتوافق مع متطلبات المستقبل، هو تعريف ل:

1- تيشتي وديفانا.

2- تروفينو.

3- بينس ونانس.

4- بيرنز.

القيادة التحويلية هي العملية التي تدفع الاتباع وتنشطهم عن طريق تعزيز المثل العليا والقيم الاخلاقية، هو تعريف ل:

1- تيشتي وديفانا.

2- تروفينو.

3- بينس ونانس.

4- تريسي

القيادة التحويلية تعمل على تحفيز التابعين بشكل اكبر من التوقعات عن طريق رفع الوعي بأهمية الوقت وقيمة اهداف محددة ومثالية ... الخ، هو تعريف ل:

1- تيشتي وديفانا.

2- جان كريجر]

3- بينس ونانس.

4- بيرنز.

قدرة القائد على اظهار مواهب غير عادية، يعتبر من ابعاد القيادة التحويلية المندرجة تحت:

1- التأثير المثالي أو الكاريزما.

2- الدفع والالهام.

3- التشجيع الابداعي.

4- الاهتمام الفردي.

قدرة القائد على اقبال توقعاته العالية للآخرين، يعتبر من ابعاد القيادة التحويلية المندرجة تحت:

1- التأثير المثالي أو الكاريزما.

2- الدفع والالهام.

3- التشجيع الابداعي.

4- الاهتمام الفردي.

هو ذلك القائد الذي يمتلك رؤية مستقبلية يسعى لتحقيقها:

1- القائد المغامر.

2- القائد المسيطر.

3- المدير المثالي.

4- القائد التحويلي.

من خصائص القائد التحويلي:

1- تكوين الثقة المؤسسية.

2- القدرة على الاقتراب والمكاشفة.

3- احترام الذات.

4- تركيز على ما هو مهم في المستقبل.

من سمات القائد التحويلي:

1- تحمل المخاطرة.

2- الثقة بالنفس وبالآخرين.

3- القدرة على الاتصال.

4- القدرة على الاقتراب والمكاشفة.

اخوكم / ~ ابو ماجد ~

المحاضرة الثالثة

ظهور مداخل جديدة للقيادة: التحويلية، الرسالية، النسائية، يعتبر من :

1- تحدي اللعب عند نهايات الاقطاب.

2- تحدي القيادة والموارد البشرية.

3- تحدي ارضاء اصحاب المصالح في ظل موارد نادرة.

4- تحدي هندسة المعمارية التنظيمية.

تنوع آليات وأدوات الضغط التي تمارسها في تأثيرها على المنظمة، يعتبر من :

1- تحدي اللعب عند نهايات الاقطاب.

2- تحدي القيادة والموارد البشرية.

3- تحدي ارضاء اصحاب المصالح في ظل موارد نادرة.

4- تحدي هندسة المعمارية التنظيمية.

التنظيمات الافتراضية، يعتبر من:

1- تحدي اللعب عند نهايات الاقطاب.

2- تحدي القيادة والموارد البشرية.

3- تحدي ارضاء اصحاب المصالح في ظل موارد نادرة.

4- تحدي هندسة المعمارية التنظيمية.

اشارت الدراسات الى ان الاداء وتقييمه من قبل الرؤساء او النظراء او المرؤوسين والخاص بالمديرات هو:

1- اسوء منه لدى الرجال.

2- افضل منه لدى الرجال.

اسهم توسع الانتاج العالمي وتنامي القدرة التكنولوجية الى تعرية النسق الايكولوجي العالمي من تباينه الطبيعي، يعتبر من:

1- تحدي اللعب عند نهايات الاقطاب.

2- تحدي الحفاظ على البيئة واستدامتها.

3- تحدي ارضاء اصحاب المصالح في ظل موارد نادرة.

4- تحدي هندسة المعمارية التنظيمية.

تعد الادارة عقل المنظمة لأنها هي :

1- عملية فكرية.

2- اتخاذ للقرارات.

3- صناعة للمستقبل ومجال حيوي.

4 - جميع ما سبق

من نتائج اعتبار الادارة عقل المنظمة: (مهم)

1- تحقيق مؤشرات الاداء التنظيمي.

2- تأسيس منظمة متطورة اداريًا.

3- تكوين الكفاءات (الجدارات) الجوهرية.

4- جميع ما سبق.

الذكاء ذخيرة الادارة اي من التالي يتبع الذخيرة:

1- المحافظة.

2- التحديث.

3- سرعة الفهم.

4- التدوير.

الذكاء ذاكرة الادارة اي من التالي يتبع الذاكرة:

1- ذهن.

2- التهيئة.

3- استكشاف الامر.

4- قوة فطنة.

اخوكم / ~ ابو ماجد ~

المحاضرة الرابعة

توجد اتجاهات في تحديد مفهوم الذكاء الاستراتيجي:

1- ثلاث اتجاهات

2- اربع اتجاهات.

3- خمس اتجاهات.

4- ست اتجاهات.

الذكاء الاستراتيجي وظيفة تتعامل مع كل القضايا التي تؤثر في المنظمات في المدى:

1- القصير.

2- المتوسط.

3- الطويل.

4- المتوسط والطويل

من مكونات مفهوم الذكاء الاستراتيجي:

1- الشراكة، التحفيز.

2- الحدس، الرؤية الاستراتيجية.

3- الابداع.

4- جميع ما سبق

هو امكانية اسقاط حالة العالم الراهنة على المستقبل بإبصار تطوره مستقبلاً، وتمييز ما يمكن تجنبه، والتأثير فيه، والسيطرة عليه.

1- الرؤية المستقبلية.

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الاستشراف (البصيرة)

4- الشراكة.

هو دراسة الاجزاء من حيث علاقتها بالكل، والتركيز على اسلوب تفاعلها مع بعضها ثم تقييمها من حيث نجاحها في خدمة أهداف النظام.

1- الرؤية المستقبلية.

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الاستشراف (البصيرة).

4- الشراكة.

تعبر على قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها، والذي يرتبط بشيء حصل سابقاً وينتظر نتيجته.

1- الرؤية المستقبلية.

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الاستشراف (البصيرة).

4- الشراكة.

تعبر على قدرة القائد على اقامة تحالفات استراتيجية.

1- الرؤية المستقبلية.

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الاستشراف (البصيرة).

4- الشراكة.

يعبر عن القدرة على توليف ودمج العناصر اكثر من فصلها الى اجزاء ثم تحليلها.

1- الرؤية المستقبلية.

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الاستشراف (البصيرة).

4- الشراكة.

قدرة القائد على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم وتنفيذه.

1- الرؤية المستقبلية.

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الدافعية]

4- الشراكة.

قدرة متخذ القرار على الاستجابة السريعة باعتماد الظن والتخمين المتكون من الخبرة الشخصية.

1- الابداع.

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الدافعية.

4- الحدس]

قدرة القائد على التفكير في نسق مفتوح وعلى اعادة تشكيل عناصر الخبرة في اشكال جديدة.

1- الابداع]

2- التفكير بمنطق النظم.

3- الدافعية.

4- الحدس.

اعتماد القائد الذكي استراتيجياً على التركيز:

1- قصير الامد.

2- متوسط الامد.

3- طويل الامد]

4- جميع ما سبق.

واحدة من الانبي لا تعتبر من صفات القادة الاذكياء استراتيجياً:

1- يقولون ويفعلون.

2- يعتمدون طرائق تقليدية]

3- يحفزون الاخرين على الاداء المتميز.

4- التمتع بثقة عالية بالنفس.

~ ابو ماجد ~

المحاضرة الخامسة

مواجهة الازمة تتطلب :

- 1- الخروج عن الانماط التنظيمية المألوفة واستخدام وسائل غير عادية.
- 2- الاستعانة بقوى خارجية احياناً للمساعدة في حل الازمة.
- 3- جميع ما سبق.

ان مجابهة الازمة تعد واجباً مصيرياً على:

- 1- المدراء.
- 2- المرؤوسين.
- 3- الكل.

من أسباب الازمات:

- 1- سوء الفهم.
- 2- سوء الادراك.
- 3- سوء التقدير.
- 4- جميع ما سبق.

تقوم جماعات الضغط والمصالح باستخدامه لجني مكاسب غير عادلة من المنظمة، حيث تلجا الى صنع الازمات المتتالية للكيان الاداري:

- 1- سوء الفهم.
- 2- اليأس.
- 3- الرغبة في الابتزاز.
- 4- الاشاعات.

انخفاض حاد في المبيعات، ازمة العمالة، ازمة الديون، ازمة الاقتراض، يعتبر من انواع:

- 1- الازمات المعنوية.
- 2- الازمات المادية.
- 3- الازمات البسيطة.

4- ازمات جزئية.

5- ازمات متكررة.

الإشاعات الداخلية المحدودة، عطل في خط الإنتاج، عما تخريبي في بعض اجزاء الكيان الاداري، وفاة مدير ادارة او استقالته، يعتبر نوع من انواع:

1- الازمات المعنوية.

2- الازمات المادية.

3- الازمات البسيطة.

4- ازمات جزئية.

5- ازمات متكررة.

حريق في احد عابار الانتاج، اعتصام لبعض العاملين في احد الاقسام، تدهور في احد الاقسام، ظهور وباء في احد المدن الصغيرة، يعتبر نوع من انواع:

1- الازمات المعنوية.

2- الازمات المادية.

3- الازمات البسيطة.

4- ازمات جزئية.

5- ازمات متكررة.

انخفاض الطلب على المشروبات في الشتاء، كساد عال كل 10 سنوات، ازمات الصقيع التي تهدد المزروعات، تعتبر نوع من انواع:

1- الازمات المعنوية.

2- الازمات المادية.

3- الازمات البسيطة.

4- ازمات جزئية.

5- ازمات متكررة.

واحدة من الاتي تعتبر من السمات المشتركة للأزمات:

- 1- انها حدث غير مفاجيء.
- 2- ان مواجهتها تتم في ظل اوسع الاوقات وكثرة الامكانات.
- 3- انها عملية ادارية عامة.
- 4- انها تهدد مصلحة قومية.

من السمات المشتركة للأزمات:

- 1- انها حدث مفاجيء.
- 2- انها تهدد مصلحة قومية.
- 3- تقليل الخسارة الى الحد الادنى.
- 4- جميع ما سبق.

من السمات المشتركة للأزمات:

- 1- ان مواجهتها تتم في ظل ضيق الوقت وقلة الامكانات.
- 2- انها عملية ادارية خاصة ومجموعة من الاجراءات الاستثنائية.
- 3- انها تدار بمجموعة من رجال الادارة المدربين.
- 4- جميع ما سبق.

مراحل تطور الازمات:

- 1- مرحلتين.
- 2- ثلاثة مراحل.
- 3- اربعة مراحل.
- 4- خمسة مراحل.

تعد من اخطر مراحل تطور الازمات:

- 1- مرحلة الميلاد والظهور.
- 2- مرحلة النمو والانتساع.
- 3- مرحلة النضج.

4- مرحلة الانحسار والتقلص.

تصل الازمة خلال هذه المرحلة الى اقصى قوتها و عنفها، وتصبح السيطرة عليها مستحيلة ولا مفر من الصدام العنيف معها:

1- مرحلة الميلاد والظهور.

2- مرحلة النمو والانتساع.

3- مرحلة النضج.

4- مرحلة الانحسار والتقلص.

يكون ادراك متخذ القرار وخبرته ومدى نفاذ بصيرته، هي العوامل الاساسية في التعامل مع الازمة في:

1- مرحلة الميلاد والظهور.

2- مرحلة النمو والانتساع.

3- مرحلة النضج.

4- مرحلة الانحسار والتقلص.

تنشأ نتيجة لعدم معالجة المرحلة الاولى في الوقت المناسب:

1- مرحلة الميلاد والظهور.

2- مرحلة النمو والانتساع.

3- مرحلة النضج.

4- مرحلة الانحسار والتقلص.

تبدأ نتيجة للصدام العنيف الذي تم اتخاذه والذي يفقدها جزءاً هاماً من قوتها:

1- مرحلة الميلاد والظهور.

2- مرحلة النمو والانتساع.

3- مرحلة النضج.

4- مرحلة الانحسار والتقلص.

تصل الازمة الى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل شبه كاما قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها والحديث عنها.

1- مرحلة الميلاد والظهور.

2- مرحلة النمو والانتساع.

3- مرحلة الاختفاء أو ما بعد الازمة

4- مرحلة الانحسار والتقلص.

~ ابو ماجد ~

المحاضرة السادسة

موضوعات خاصة في الإدارة (م/8)

** إدارة الازمات :

*مجموعة الاستعدادات والجهود الادارية التي تبذل لمواجهة او الحد من الدمار المترتب عن الازمة.

*الاعداد والتقدير المنظم للمشكلات الداخلية والخارجية.

*قدرة المنظمة على التعامل بسرعة وكفاءة وفعالية مع العمليات الموقفية، (هدفها: تقليل المخاطر على صحة الانسان وسلامته وامنه، وعلى الملكيات العامة والخاصة).

*نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن الادارة من التنبؤ بأماكن واتجاهات الازمة المتوقعة، وتهيئة المناخ المناسب للتعامل معها.

الإدارة بالازمات : اتفعال الازمات وايجادها من عدم (الهدف منها : التغطية والتمويه على المشاكل القائمة التي تواجه الكيان الاداري).

** تعتمد الادارة بالازمات على صناعة الازمة، بصورة حقيقية او بصورة مفقولة.

** يطلق على الادارة بالازمات (علم صناعة الازمات).

الهدف منها التحكم والسيطرة على الاخرين.

**اهم مواصفات الادارة بالازمات:

1- الاعداد المبكر.

2- تهيئة المسرح الازموي.

3- توزيع الادوار على قوى صنع الازمة.

4- اختيار التوقيت المناسب لتفجيرها.

5- ايجاد المبرر والذريعة لهذا التفجير.

سؤال:

من مبادئ التعامل مع الازمة:

- 1- تبسيط الاجراءات وتسهيلها.
- 2- اخضاع التعامل مع الازمة المنهجية العلمية.
- 3- توخي الهدف.
- 4- تقدير الموقف الازموي.

سؤال:

من المتطلبات الادارية للتعامل مع الازمات:

- 1- الاحتفاظ بحرية الحركة وعنصر المبادرة.
- 2- تفويض السلطة.
- 3- التعاون في معالجة الازمة.
- 4- الاقتصاد في السيطرة على الاحداث.

سؤال: (استراتيجيات مواجهة الازمة) مهمة جدًا، ونطرح سؤال على سبيل المثال عن طريقة سؤال الاختبار.

يتم استخدامها في حالة مواجهة ازمة مجهولة او مواجهة ازمة متعلقة بالقيم، وفي حالة الانتشار السريع:

1- استراتيجية اجهاض الفكر.

2- استراتيجية تغيير مسار الازمة.

3- استراتيجية العنف.

4- استراتيجية التجزئة.

سؤال آخر

تظهر من خلال دفع القوى المشاركة في صناعة الازمة الى مرحلة متقدمة تظهر فيها الخلافات وتسرع بالصراع بينها:

1- استراتيجية تصعيد الازمة.

2- استراتيجية تغيير مسار الازمة.

3- استراتيجية العنف.

4- استراتيجية التجزئة.

امثلة عن الاسئلة بالمتطلبات الادارية للتعامل مع الازمات

يجب ان يخضع التعامل مع الازمة للمنهج الاداري السليم لتأكيد عوامل النجاح، وحماية الكيان الاداري من اي تطورات:

1- تبسيط الاجراءات وتسهيلها.

2- إخضاع التعامل مع الازمة للمنهجية العلمية.

3-تقدير الموقف الازموي.

4- التواجد المستمر في مواقع الاحداث.

يشمل تحليلاً كاملاً لاسباب الازمة وتطورها، وتحديد دقيق وشامل للقوى الصانعة للأزمة، والمساعدة لها، والمؤثرة فيها، ثم تقدير القدرات والامكانيات المتاحة لدى الجهد المسئولة عن ادارة الازمة:

1- تبسيط الاجراءات وتسهيلها.

2- إخضاع التعامل مع الازمة للمنهجية العلمية.

3-تقدير الموقف الازموي.

4- التواجد المستمر في مواقع الاحداث.

يقوم المنهج الاداري على:

1- وظيفتين اساسية.

2- ثلاث وظائف اساسية.

3- اربع وظائف اساسية.

4- خمس وظائف اساسية.

يقوم المنهج الاداري على وظائف اساسية هي:

1- التخطيط، التنظيم.

2- التخطيط، المتابعة.

3- التنظيم، التوجيه، المتابعة.

4- التخطيط، التنظيم، التوجيه، المتابعة.

واحدة من الاتي ليست من معوقات ادارة الازمات:

- 1- حجم منشأتنا كفيل بحمايتنا من الازمات.
- 2- ادارة الازمات ضرورة هامة في الوقت الحاضر.
- 3- نحن نمشي على خطى مؤسسات ناجحة عديدة.
- 4- موقعنا المختار سوف يحمينا من الاخطار.

** بالمختصر اغلب معوقات ادارة الازمات هو (التفاؤل الزائد وعدم التحضير للآزمات والاتكال على الغير وترك الحبل على الغارب)

يعني بالبركة (نمشيها) افهموها بالطريقة هذي .

من ملامح استراتيجية ادارة الازمات في المنظور الاسلامي:

- 1- استراتيجية العنف.
- 2- تجنب الازمة.
- 3- استراتيجية التجزئة.
- 4- استراتيجية تصعيد الازمة.

اللي ذكر الدكتور انها مهمة هي التوصيات الخاصة لبناء المنظمة المتعلمة في جامعة الملك فيصل صفحة 8 بالملخص، اما عن طريقة السؤال، فأتوقع انه راح يكون بالصيغة التالية:

* من نتائج التوصيات الخاصة بالدراسة لبناء المنظمة المتعلمة في جامعة الملك فيصل:

- 1-حاجة الجامعة لأن تقوم بتوفير بيئة عمل تشجع الموظفين على العمل الجماعي وتقديم المبادرات.
- 2-ترسيخ مفهوم المنظمة المتعلمة لدى قيادات جامعة الملك فيصل والموظفين من خلال اقامة الدورات المتخصصة وورش العمل.
- 3- توثيق ونشر افضل الممارسات لدعم التعلم وتطوير رأس المال المعرفي على مستوى جامعة الملك فيصل وعلى مستوى الجامعات السعودية.
- 4- جميع ما سبق.

او يجي سؤال

واحدة من الاتي ليست من التوصيات الخاصة لبناء المنظمة المتعلمة في جامعة الملك فيصل:

- 1- انشاء مركز للمعرفة والتعلم في الجامعة.
- 2- تسهيل تشكيل شبكات الاعمال الرسمية وغير الرسمية بين جامعة الملك فيصل وقطاع الاعمال والمؤسسات البحثية والتعليمية.
- 3- عدم وجود دعائم لبناء المنظمة المتعلمة

هذا والله اعلم.

المحاضرة السابعة

موضوعات خاصة في الادارة (م/8)

**** منهج تسويقي يهدف لزيادة اهتمام منظمات الاعمال بالمسؤولية البيئية في ممارسة الانشطة التسويقية:**

- 1- التسويق الاستراتيجي.
- 2- التسويق الاخضر
- 3- التسويق الكسنتائي.
- 4- التسويق الذهبي.

هو عملية بيع المنتجات والخدمات التي تتسم كونها صديقة للبيئة:

- 1- التسويق الاستراتيجي.
- 2- التسويق الاخضر
- 3- التسويق الكسنتائي.
- 4- التسويق الذهبي.

هو مدخل اداري مبدع يهدف الى تحقيق الموازنة ما بين حاجات الزبائن ومتطلبات البيئة وهدف الربحية:

- 1- التسويق الاستراتيجي.
- 2- التسويق الاخضر

3- التسويق الكسنتائي.

4- التسويق الذهبي.

مدخل نظمي متكامل يهدف الى التأثير في تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم نحو التوجه الى منتجات غير ضارة بالبيئة:

1- التسويق الاستراتيجي.

2- التسويق الاخضر

3- التسويق الكسنتائي.

4- التسويق الذهبي.

التسويق الاخضر يشمل:

1- بعض قطاعات الاقتصاد.

2- كل قطاعات الاقتصاد

واحدة من الاتي ليست من مضامين تعريف التسويق الاخضر:

1- العلاقة مع البيئة وحمائتها.

2- استخدام الموارد الطبيعية باستنزافها

3- تطوير الترويج.

4- تطوير التعبئة والتغليف.

واحدة من الاتي ليست من المعنى المختلف للمصطلح الاخضر:

1- عدم التركيز على الجوانب الانسانية

2- توجه ذو بعد سياسي.

3- المساواة بين الافراد.

4- تعبير عن المسؤولية الاجتماعية.

لو تلاحظون وضوح الخيارات وسهولة معرفة الاجابة بسبب ان مصطلح الاخضر يدل على اي شي ايجابي

يرى كوتلر انه على المسوقين ان يكونوا واعيين ومدركين للتهديدات والفرص الموجودة في البيئة الطبيعية بالتوجهات التالية:

- 1- تناقص الموارد الالوية.
- 2- ارتفاع تكلفة الطاقة.
- 3- ارتفاع مستوى التلوث
- 4- تغيير دور الحكومات.
- 5- جميع ما سبق.

مراحل تطور التسويق الاخضر:

- 1- ثلاثة مراحل.
- 2- اربعة مراحل.
- 3- خمسة مراحل.
- 4- ستة مراحل.

المرحلة الثانية من مراحل تطور التسويق الاخضر:

- 1- مرحلة الحركة الاستهلاكية والتوجه البيئي.
- 2- مرحلة المسؤولية الاجتماعية.
- 3- مرحلة التسويق الاخضر.

حركة اجتماعية تهدف الى تثبيت حقوق الافراد والمستهلكين وتذكير المسوقين بمسؤولياتهم الاجتماعية.

- 1- مرحلة الحركة الاستهلاكية والتوجه البيئي.
- 2- مرحلة المسؤولية الاجتماعية.
- 3- مرحلة التسويق الاخضر.

عرفت على انها قوة المجتمع المرتبطة مع البيئة الخارجية والموجهة نحو تصرفات بعض منظمات الاعمال.

- 1- مرحلة الحركة الاستهلاكية والتوجه البيئي.
- 2- مرحلة المسؤولية الاجتماعية.
- 3- مرحلة التسويق الاخضر.

من اهدافها تقديم المساعدة لذوي الدخل المنخفض بالسلع التي يحتاجونها.

1- مرحلة الحركة الاستهلاكية والتوجه البيئي.

2- مرحلة المسؤولية الاجتماعية.

3- مرحلة التسويق الاخضر.

من معوقات تطبيق التسويق الاخضر:

1- ضعف المعلومات المؤدي الى ضعف الوعي لدى المستهلك.

2- النسبة الضئيلة للمنتجات الخضراء قياساً بالمنتجات التقليدية.

3- الارتفاع النسبي لاسعار المنتجات الخضراء بسبب اعتمادها على الموارد الطبيعية.

4- جميع ما سبق.

واحدة من الاتي لا تعتبر من معوقات تطبيق التسويق الاخضر:

1- ضعف المعلومات المؤدي الى ضعف الوعي لدى المستهلك.

2- النسبة الكبيرة للمنتجات الخضراء قياساً بالمنتجات التقليدية.

3- الارتفاع النسبي لاسعار المنتجات الخضراء بسبب اعتمادها على الموارد الطبيعية.

4- جميع ما سبق.

~ ابو ماجد ~

المحاضرة الثامنة

موضوعات خاصة في الادارة (م/8)

هو ذلك الفرد الذي يكون مهتم بالبيئة وملتزم بالقضايا التي تتناولها وله الاستعداد للتحول من منتج الى آخر اذا استلزم الامر ان يدفع سعراً اعلى في سبيل الحصول على سلع صديقة للبيئة.

1- المستهلك الاقتصادي.

2- المستهلك المادي.

3- المستهلك الاخضر.

4- المستهلك المثالي.

يتمثل في ذلك الشخص الذي يحمل قلماً تجاه البيئة ويقوم بشراء المنتجات التي تكون صديقة للبيئة:

1- المستهلك الاقتصادي.

2- المستهلك المادي.

3- المستهلك الأخضر.

4- المستهلك المثالي.

من خصائص المستهلك الأخضر:

1- الالتزام الذاتي والواضح بأساليب وأنماط الحياة الخضراء.

2- رفض الممارسات التي تلحق ضرراً بالبيئة.

3- البحث عن الشركات ذات التوجه البيئي للتعامل معها.

4- جميع ما سبق.

جميع الخصائص التالية تعتبر من خصائص المستهلك الأخضر عدا واحدة:

1- الالتزام الذاتي والواضح بأساليب وأنماط الحياة الخضراء.

2- قبوله بالممارسات التي تلحق ضرراً بالبيئة.

3- البحث عن الشركات ذات التوجه البيئي للتعامل معها.

4- يمتلك ثقة تمكنه من تقييم الاعمال والمنتجات المتوافقة مع البيئة.

بينت الدراسات وجود انماط لسلوك المستهلك الأخضر:

1- ثلاثة.

2- اربعة.

3- خمسة.

4- ستة.

هم المستهلكون الخضر الحقيقيون او المستهلك الاخضر الغامق:

1- المشترون الخضر.

2- البراعم.

3- المتذمرون.

4- الخضر شديد الاخلاص.

5- اللامبالون.

هم المستهلكون الخضر المتأخرون، فهم ليسوا فاعلين في مجال القضايا البيئية:

1- المشترون الخضر.

2- البراعم.

3- المتذمرون.

4- الخضر شديد الاخلاص.

5- اللامبالون.

يطلق على هذه المجموعة الاخضر الفاتح:

1- المشترون الخضر.

2- البراعم.

3- المتذمرون.

4- الخضر شديد الاخلاص.

5- اللامبالون.

يصنفون بالاخضر الاسمر:

1- المشترون الخضر.

2- البراعم.

3- المتذمرون.

4- الخضر شديد الاخلاص.

5- اللامبالون.

يصنفون بالمستهلك الاسمر:

- 1- المشترون الخضر.
- 2- البراعم.
- 3- المتذمرون.
- 4- الخضر شديد الاخلاص.
- 5- اللامبالون.

من ممارسات المستهلك الاخضر :

- 1- استخدام المنتجات المعاد تدويرها.
- 2- دعم واستخدام المصادر البديلة للطاقة.
- 3- الاتصال عبر البريد الالكتروني وطباعة الضروري من الوثائق.
- 4- جميع ما سبق.

مكونات المزيج التسويقي الاخضر هي:

- 1- المنتج و السعر.
- 2- المنتج، السعر، التوزيع، الترويج.
- 3- المنتج، السعر، التوزيع.
- 4- السعر، التوزيع، الترويج.

يتميز المنتج الاخضر عن المنتج التقليدي ب:

- 1- لديه تأثيرات سلبية على صحة المواطن و الاضرار به.
- 2- يتم تصنيعة بطاقة و موارد غير طبيعية.
- 3- يصنع بمواد معاد تدويرها كليًا او جزئيًا.
- 4- المبالغة بمواد التعبئة والتغليف.

يختلف المزيج التسويقي الاخضر عن المزيج التسويقي التقليدي فيما يخص الموارد المتاحة:

- 1- تسخيرها لصالح هدف المبيعات.
- 2- الحفاظ عليها واستخدامها بحرص.

يختلف المزيج التسويقي الأخضر عن المزيج التسويقي التقليدي فيما يخص ادوات المزيج:

1- تكيفها بما ينسجم مع حماية البيئة وتحقيق الربحية.

2- تسخيرها لصالح هدف الربحية.

يختلف المزيج التسويقي الأخضر عن المزيج التسويقي التقليدي في الهدف :

1- نمو المبيعات وزيادتها.

2- مراعاة متطلبات والمجتمع على قدم المساواة مع هدف النمو.

تمثل العلاقة بين توجه مرتفع نحو تجزئة السوق ودرجة منخفضة من التمايز في توجهها للأخضر:

1- استراتيجية الخضراء الدفاعية.

2- الاستراتيجية المائلة للإخضرار.

3- الاستراتيجية الشديدة الخضرة.

4- استراتيجية الظل الأخضر.

توجه منخفض في تحضير الشركة لأعمالها ويقابلها درجة منخفضة أيضاً في توجهها نحو تجزئة السوق الأخضر:

1- استراتيجية الخضراء الدفاعية.

2- الاستراتيجية المائلة للإخضرار.

3- الاستراتيجية الشديدة الخضرة.

4- استراتيجية الظل الأخضر.

توجه أخضر شديد في عمل الشركة في منتجاتها أو تعاملها مع البيئة الطبيعية:

1- استراتيجية الخضراء الدفاعية.

2- الاستراتيجية المائلة للإخضرار.

3- الاستراتيجية الشديدة الخضرة.

4- استراتيجية الظل الأخضر.

****سؤال اخر بصيغة اخرى**

توجه مرتفع نحو تجزئة السوق وبدرجة مرتفعة من التمايز في التخضير:

1- استراتيجية الخضراء الدفاعية.

2- الاستراتيجية المائلة للإخضرار.

3- الاستراتيجية الشديدة الخضراء

4- استراتيجية الظل الاخضر.

ملاحظة / اذا قالك توجه متميز او شديد او صارم يعني مرتفع

توجه متميز في تخضير الشركة لاعمالها مع توجه منخفض نحو تجزئة السوق:

1- استراتيجية الخضراء الدفاعية.

2- الاستراتيجية المائلة للإخضرار.

3- الاستراتيجية الشديدة الخضرة.

4- استراتيجية الظل الاخضر

**## انصح بالاعتماد على مصفوفة صياغة استراتيجية التسويق الاخضر في حلول الاسئلة المتعلقة باستراتيجيات التسويق
الاخضر ##**

من اسباب التوجه الاستراتيجي للشركات نحو المنتجات الخضراء:

1- زيادة الحصة السوقية بالوصول الى المستهلكين من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة.

2- تخفيض تكاليف التشغيل.

3- تحقيق المنافع غير الملموسة.

4- جميع ما سبق

المحاضرة التاسعة

موضوعات خاصة في الإدارة (م/8)

يعرف بأنه كافة الأنشطة التي تنفذ من خلال الانترنت لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الأرباح:

1- التسويق التجاري.

2- التسويق التقليدي.

3- التسويق الإلكتروني.

4- ليس مما سبق.

من المسميات التي تطلق على التسويق الإلكتروني:

1- التسويق الرقمي.

2- تسويق الويب.

3- تسويق الخدمات والمنتجات عبر الانترنت.

4- جميع ما سبق.

يعني نموذج العمل B2C :

1- التجارة الإلكترونية وبيع السلع بشكل مباشر للزبائن.

2- أعمال تجارية من منظمة لأخرى.

3- من مستهلك إلى مستهلك.

يعني نموذج B2B:

1- التجارة الإلكترونية وبيع السلع بشكل مباشر للزبائن.

2- أعمال تجارية من منظمة لأخرى.

3- من مستهلك إلى مستهلك.

يعني نموذج C2C:

1- التجارة الإلكترونية وبيع السلع بشكل مباشر للزبائن.

2- أعمال تجارية من منظمة لأخرى.

3- من مستهلك الى مستهلك

B: تعني منظمة او شركة

C: يعني مستهلك

كيان واسع جدًا يتعامل مع كامل النظام المعقد الذي يشمل الاعمال التي تستخدم الوسط الالكتروني لتنفيذ او المساعدة على تنفيذ الفعاليات التجارية العامة او المتخصصة:

1- التجارة الالكترونية.

2- الاعمال الالكترونية

3- التسويق الالكتروني.

هي جزء من الاعمال الالكترونية التي تتم بواسطة الوسط الالكتروني والتي تتضمن صفقات تجارية (عمليات البيع والشراء):

1- التجارة الالكترونية

2- الاعمال الالكترونية.

3- التسويق الالكتروني.

هي جزء من الاعمال الالكترونية التي تتضمن الوسط الالكتروني لانجاز الاهداف التسويقية للمنظمة:

1- التجارة الالكترونية.

2- الاعمال الالكترونية.

3- التسويق الالكتروني

من اهداف التسويق الالكتروني:

1- الاعلان.

2- البحث عن المستهلكين الجدد

3- بحوث التسويق.

4- الشراء.

من مجالات التسويق الالكتروني:

- 1- تقديم الخدمات.
- 2- تحسين العناية بالزبائن.
- 3- التوزيع
- 4- ادارة العلاقة مع الزبون.

واحدة من الاتي ليست من ابعاد التسويق الالكتروني:

- 1- امكانية دخول المستهلكين الى الموقع والتسوق منه في الوقت المناسب لهم.
- 2- ليس من الضروري اهتمام المنظمة بتصميم موقعها الالكتروني بشكل جذاب
- 3- الاتصالات الالكترونية التفاعلية والتبادلية.
- 4- الدخول السريع والسهل الى الانترنت ساعد على عولمة التسويق.

يعتمد التسويق الالكتروني على:

- 1- السوق الجماهيري.
- 2- شبكة الانترنت

عدم خضوع لقيود الزمان والمكان:

- 1- التسويق الالكتروني
- 2- التسويق التقليدي.

سهولة اختراق الاسواق لانعدام الحواجز والمعوقات تعتبر من مزايا:

- 1- التسويق الالكتروني
- 2- التسويق التقليدي.

من التحديات التي تواجه التسويق الالكتروني:

- 1- السرعة في اضافة منتجات او تطويرها او تغيير شروط بيعها.
- 2- امكانية ملاحظة نشاط المنافسين.
- 3- الامن وخصوصية المستهلك
- 4- امكانية الوصول الى قطاعات سوقية مختلفة.

المحاضرة العاشرة

موضوعات خاصة في الإدارة (م/8)

الثقافة : (قيم، عادات، تقاليد، معتقدات، فنون، قوانين، قدرات)، تميز مجموعة بشرية عن اخرى.

تتميز الثقافة بما يلي:

- 1- انها تنشأ عن الحياة الاجتماعية البشرية.
- 2- تنتقل من جيل الى جيل على شكل نظم وتقاليد... الخ.
- 3- انها قابلة للتعديل والتغيير.
- 4- جميع ما سبق.

واحدة من الاتي ليست من خصائص الشركات متعددة الثقافات:

- 1- تنوع الموارد البشرية.
- 2- التكامل الهيكلي.
- 3- وجود التمييز.
- 4- تكامل الشبكات غير الرسمية.

من خصائص الشركات متعددة الثقافات:

- 1- مفهوم متساوي للأهداف التنظيمية.
- 2- مستوى منخفض من الصراعات.
- 3- غياب التمييز.
- 4- جميع ما سبق.

** توظيف كامل قدرات وامكانيات الموارد البشرية العاملة في الشركات متعددة الثقافات وتحقيق خصائصها (يستلزم من العقول الاستراتيجية فهم الثقافات المتنوعة سواء داخل الشركة او في فروعها بالخارج)

الصدمة الثقافية

الغموض وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة غير مألوفة ، الدهشة والاستغراب، والارتياح والاحباط الناتجة من الفجوة الحاصلة بين مجموعة من القيم والاعراف والمعتقدات التي يحملها الفرد ومجموعة القيم والاعراف والمعتقدات الخاصة بثقافة جديدة يتعامل معها.

تعد أصلاً من اصول الشركة تعتبر من الخصائص الرئيسية ل:

1- الثقافة القوية

2- الثقافة الضعيفة.

3- الثقافة غير السوية.

4- الثقافة المتكيفة.

سيطرة المديرين ذوي النفوذ تعتبر من الخصائص الرئيسية ل:

1- الثقافة القوية.

2- الثقافة الضعيفة.

3- الثقافة غير السوية.

4- الثقافة المتكيفة.

تبني مخاطر عالية تعتبر من الخصائص الرئيسية ل:

1- الثقافة القوية.

2- الثقافة الضعيفة.

3- الثقافة غير السوية.

4- الثقافة المتكيفة.

قيم ومعايير سلوكية مشتركة قليلة ومحدودة وغير ملتزم بها مع عدم احترام تقاليد الشركة:

1- الثقافة القوية.

2- الثقافة الضعيفة.

3- الثقافة غير السوية.

4- الثقافة المتكيفة.

من انواع الثقافات حسب معيار تصنيف القوة والتكيف:

1- ثقافة شبكة العلاقات.

2- الثقافة المتكيفة

3- ثقافة الاجراء.

4- ثقافة المجتمع.

ﷺ ﷺ ﷺ ارجعوا للملخص وطبقوا نفس صياغة الاسئلة طرحنا بعض منها على سبيل المثال، تحتاج فهم فقط وهي واضحة جداً.

المحاضرة الحادية عشرة

موضوعات خاصة في الادارة (م/8)

قُدرت استثمارات الشركات العائلية السعودية في السوق المحلي ما يعادل:

1- 50% من الناتج المحلي الاجمالي في السعودية.

2- 30% من الناتج المحلي الاجمالي في السعودية.

3- 10% من الناتج المحلي الاجمالي في السعودية.

4- 20% من الناتج المحلي الاجمالي في السعودية.

بلغ متوسط ثروة الشركات العائلية السعودية نحو:

1- 50 مليار ريال.

2- 22.5 مليار ريال.

3- 15 مليار ريال.

4- 40 مليار ريال.

تساهم الشركات العائلية السعودية بنسبة في المائة من الناتج المحلي غير النفطي:

1- 50

2- 40

3- 30

4- 20

من التعريفات التي وضعها ويستفيد وكولينغ في دراستهما للشركة العائلية:

1- ان تكون الشركة مملوكة للجيل الاول من افراد العائلة.

2- ان تكون الشركة مملوكة للجيل الثاني من افراد العائلة.

3- ان تكون الشركة مملوكة للجيل الثالث من افراد العائلة.

4- ان تكون الشركة مملوكة للجيل الرابع من افراد العائلة.

في دراسة هالشوف للشركات العائلية فإن التعريف الواسع للشركات :

1- لا يتم اعتبار الاجيال في الشركة.

2- فقط شركات الجيل الثاني او ما بعده.

في دراسة هالشوف للشركات العائلية فإن التعريف الضيق للشركات :

1- لا يتم اعتبار الاجيال في الشركة.

2- فقط شركات الجيل الثاني او ما بعده.

الشركة العائلية هي الشركة التي:

1- يمتلكها مجموعة من المستثمرين.

2- تمتلك الحكومة 5% من اسهمها.

3- يمتلكها افراد عائلة واحدة او اكثر.

تتميز بطول البقاء والسمعة الطيبة لدى عملائها نتيجة لجودة خدماتها:

1- الشركات العائلية التقليدية.

2- الشركات العائلية الصراعية.

3- الشركات الريادية.

عادة ما يفشل العمل الاستشاري في :

1- الشركات العائلية التقليدية.

2- الشركات العائلية الصراعية.

3- الشركات الريادية.

هي اصعب الشركات العائلية التي يمكن التعامل معها:

1- الشركات العائلية التقليدية.

2- الشركات العائلية الصراعية.

3- الشركات الريادية.

عدم الوضوح والغموض والتناقض في الشركات العائلية يعتبر:

1- من نقاط القوة في البنية الاساسية.

2- من مواطن الضعف في نمط القيادة.

3- من مواطن الضعف في البنية الاساسية.

4- من نقاط القوة في الانتماء العائلي.

النظرة طويلة الاجل والالتزام في الشركات العائلية يعتبر:

1- من مواطن الضعف في انتقال السلطة من جيل الى جيل.

2- من نقاط القوة في البعد الزمني.

3- من نقاط القوة في البعد الثقافي.

4- من مواطن الضعف في الادوار.

امثلة بسيطة على صياغة الاسئلة حول(نقاط القوة ومواطن الضعف في الشركات العائلية)

اتمنى مراجعة المحتوى و التطبيق على المتبقي من الابعاد.

في الاتحاد الاوربي تتراوح نسبة الشركات العائلية من اجمالي الشركات العاملة بها ما بين :

1- 20-50%

2- 40-80%

3- 70-95%

4- 10-30%

تمثل الشركات العائلية..... في المائة من حجم الشركات المسجلة عالمياً:

50 -1

60 -2

70 -3

80 -4

تشكل كل من النسبة الاكبر من الشركات العالمية المسجلة في العالم:

1- اليابان والصين وبريطانيا.

2- الامارات و تركيا والكويت.

3- السعودية واطاليا والولايات المتحدة

4- المانيا والسويد والنرويج.

تمثل الشركات العائلية في السعودية واطاليا نسبة في المائة من الشركات المسجلة.

85 -1

95 -2

99 -3

75 -4

تلي الولايات المتحدة السعودية واطاليا في الشركات العائلية المسجلة عالمياً بنسبة..... في المائة:

92 -1

95 -2

98 -3

90 -4

من مزايا الشركات العائلية :

1- قدرة اكبر في التصرف الاداري والمالي.

2- سرعة اتخاذ القرارات والتحرر من الشكليات والاجراءات التي تحددها اللوائح.

3- وجود الحافز الخاص.

4- جميع ما سبق

لا تعتبر من مزايا الشركات العائلية:

1- هوامش ربح مرتفعة.

2- معدلات نمو مبيعات متدنية.

3- معدلات نمو اصول مرتفعة.

4- معدلات عائد على رأس المال مرتفعة.

من فوائد استمرارية الشركات العائلية:

1- تداخل البعد العائلي مع البعد الاستثماري.

2- استحواذ ابناء العائلة على المناصب الهامة وعدم اتاحة المجال للغير.

3- توفير الروح الجماعية.

4- اتساع رقعة وحجم الاستثمار بشكل يفوق قدرات ابناء العائلة.

من اسباب فشل الشركات العائلية:

1- ضعف روح التأسيس بعد غياب المؤسسين.

2- تسرب كفاءات ابناء العائلة خارج الشركات لعدم توافر البيئة.

3- تداخل البعد العائلي مع البعد الاستثماري.

4- جميع ما سبق.

من التحديات الداخلية التي تواجه الشركات العائلية:

1- سرعة المتغيرات (التقنية، البيئية، التنظيمية).

2- مشكلة انتقال الرئاسية بعد وفاة المؤسس.

3- وعي المستفيد ونضوجه.

4- ثورة المعلومات والاتصالات.

من التحديات الخارجية التي تواجه الشركات العائلية:

- 1- الصراع على السلطة والادارة.
- 2- عدم الفصل بين الملكية والادارة.
- 3- نزوح المنافسة ودخول المستثمر الاجنبي.
- 4- ضعف التخطيط الاستراتيجي.

مع التركيز راح تعرف الفرق بين التحديات الداخلية والخارجية دون الحاجة لحفظها

التحديات الداخلية: ما يحدث داخل الشركة.

التحديات الخارجية: هي المتغيرات التي تحدث خارج محيط الشركة.

من الخيارات المتاحة امام الشركات العائلية:

- 1- اعادة الهيكلة.
- 2- الاندماج مع شركة محلية.
- 3- التحالفات الاستراتيجية.
- 4- التحول الى شركات مساهمة عامة.
- 5- جميع ما سبق.

المحاضرة الثانية عشرة

موضوعات خاصة في الادارة (م/8)

واحدة من التالي ليست من ضمن الاطراف المعنية بتطبيق مفهوم حوكمة الشركات:

- 1- الحكومة.
- 2- المساهمين.
- 3- الادارة.
- 4- اصحاب المصالح.

القوانين واللوائح التي تنظم العمل بالاسواق، يعتبر من:

1- المحددات الداخلية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات.

2-المحددات الخارجية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات

تتمثل في القواعد والاساليب التي تطبق داخل الشركات:

1- المحددات الداخلية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات

2-المحددات الخارجية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات.

وضعت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية سنة 2004 مبادئ اساسية لحوكمة الشركات:

1- اربع مبادئ.

2- خمس مبادئ.

3- ست مبادئ

4- سبع مبادئ.

من مزايا ومنافع حوكمة الشركات:

1- تخفيض المخاطر المتعلقة بالفساد المالي والاداري التي تواجهها الشركات والدول.

2- رفع مستويات الاداء.

3- جذب الاستثمارات الاجنبية.

4- زيادة قدرة الشركات الوطنية على المنافسة العالمية.

5- الشفافية والدقة والوضوح في القوائم المالية التي تصدرها الشركات.

6- زيادة فرص العمل لأفراد المجتمع.

7- جميع ما سبق

المحاضرة الثالثة عشرة

موضوعات خاصة في الإدارة (م/8)

تكمّن اهمية المسؤولية الاجتماعية في:

- 1- زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عالي بالانتماء لذي الحاجات الخاصة.
- 2- الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر العدالة الاجتماعية.
- 3-تحسين نوعية الحياة في المجتمع.
- 4- جميع ما سبق.

من ابعاد المسؤولية الاجتماعية البعد الاقتصادي والذي من عناصره الرئيسية:

1- المعايير الاخلاقية.

2- المنافسة العادلة.

3- حماية البيئة.

4- جميع ما سبق.

من ابعاد المسؤولية الاجتماعية البعد الاقتصادي والذي من عناصره الفرعية:

1- منع الاحتكار وعدم الاضرار بالمستهلكين.

2- مراعاة الجوانب الاخلاقية في الاستهلاك.

3- عدم الاتجار بالمواد الضارة.

4- اصابات العمل.

من ابعاد المسؤولية الاجتماعية البعد الاخلاقي والذي من عناصره الرئيسية:

1- الاعراف والقيم الاجتماعية.

2- السلامة والعدالة.

3- المنافسة العادلة.

4- التكنولوجيا.

من ابعاد المسؤولية الاجتماعية البعد الاخلاقي والذي من عناصره الفرعية:

1- احترام قواعد المنافسة.

2- حماية الاطفال صحياً وثقافياً.

3- منع تلوث المياه والهواء والتربة.

4- احترام العادات والتقاليد.

من ابعاد المسؤولية الاجتماعية البعد القانوني والذي من عناصره الرئيسية:

1- المعايير الاخلاقية.

2- المنافسة العادلة.

3- حماية البيئة.

4- جميع ما سبق.

من ابعاد المسؤولية الاجتماعية البعد القانوني والذي من عناصره الفرعية:

1- منع الاستخدام التعسفي للموارد.

2- مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف.

3- استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي التي يوفرها.

4- مراعاة حقوق الانسان.

• مع التركيز على الخيارات وربطها ذهنياً راح تعرف الخيار الصحيح دون الحاجة لحفظها.

هذا ما لدي من مجهود متواضع جداً لمراجعة مقرر موضوعات خاصة في الادارة، كما ارجو الا تنسوا قراءة الملخص مع تطبيقه مع اسئلة المراجعة كذلك الاطلاع على التويب لزيادة الفائدة.

ما قدمته ان اصببت به فمن الله وحده، وان اخطأت به فمن نفسي والشيطان، فإن وجد خطأ ارجوا ابلاغي او ابلاغ المشرفين بذلك، مع تمنياتي لكم بالنجاح والتوفيق.

جمع الاسئلة واعادها وحلولها ونقلها ~ ابو ماجد ~

تنسيق الوان واعداد الصيغه أبو وسام