

٢٩. ليس من فئات المنتج الجديد:

- أ- المنتجات المبتكرة
- ب- تغييرات المنتجات المبتكرة
- ج- تغييرات المنتجات الحالية
- د- المنتجات المقلدة

٣٠. لا تحتاج الاستراتيجية الهجومية الى:

- أ- الجهد المكثف في البحث والتطوير
- ب- موارد كبيرة
- ج- قدرة كبيرة على تحمل المخاطر
- د- قدرة ادخال التعديلات على المنتج

٣١. لا يدخل ضمن اسباب تطوير المنتجات:

- أ- المنافسة
- ب- تطوير حاجة الزبون
- ج- ارتفاع الاسعار
- د- التطوير التكنولوجي

٣٢. التنوع هو عدد:

- أ- طرق الانتاج التي تتبناها المؤسسة
- ب- المنتجات المختلفة التي تنتجها المؤسسة
- ج- خطوط الانتاج التي تختارها المؤسسة
- د- زبائن وموردي المؤسسة

٣٣. ليس من عيوب التنوع:

- أ- الانتاج بكمية صغير
- ب- الجودة المنخفضة
- ج- التكلفة الكبيرة
- د- زيادة المخزون

٣٤. لا ينتج التطور والتزايد الكبيران في المنتجات عن:

- أ- توليد منتجات جديدة من منتجات قديمة
- ب- ظهور أساليب وطرق جديدة
- ج- ابتكار منتجات جديدة
- د- تخفيض الاسعار

٣٥. الاستراتيجية الهجومية تسمى ايضاً:

- أ- استراتيجية قائد السوق
- ب- استراتيجية الانتاج الكفاء
- ج- استراتيجية تطوير السوق
- د- استراتيجية اتباع القائد

٣٦. من مبررات استخدام التنوع في المنتجات:

- أ- تقليص التكاليف
- ب- استغلال الطاقات العاطلة
- ج- زيادة المخزون
- د- الانتاج بكميات كبيرة

٣٧. من عيوب التنوع يذكر:

- أ- الانتاج بكمية كبيرة
- ب- قلة فرص الاختيار امام الزبون
- ج- التكلفة الكبيرة
- د- تقليص الكميات المخزنة

٣٨. تدخل المنتجات المقلدة ضمن:

- أ- المنتجات المبتكرة
- ب- فئات المنتجات القديمة
- ج- فئات المنتجات الجديدة
- د- تطوير المنتجات الحالة

٣٩. تعرف طريقة ABC ايضاً بـ:

- أ- Alfredo Analysis
- ب- Pareto Analysis
- ج- Stevenson Analysis
- د- hayek Analysis

٤٠. من مبررات التبسيط في المنتجات:

- أ- الانتاج بكميات قليلة
- ب- استغلال الطاقة الزائدة
- ج- تحقيق ميزة أدنى تكلفة للوحدة
- د- زيادة فرص الاختيار امام الزبون

٤١. استراتيجية المنتج التي تعتمد على قدرة ادخال التعديلات على المنتج او الخدمة الحالية:

- أ- استراتيجية الانتاج الكفاء
- ب- الاستراتيجية الموجهة للتطبيقات
- ج- استراتيجية الدفاعية
- د- استراتيجية الهجومية

٤٢. يشير التوسع خارج نطاق الصناعة بـ:

- أ- التنوع العمودي
- ب- التنوع الافقي
- ج- التنوع الجانبي
- د- التنوع العمودي الى الخلف

٤٣. مما تحتاج اليه استراتيجية القائد قدرة كبيرة على:

- أ- غزو السوق
- ب- تحمل المخاطر
- ج- فرض الاسعار
- د- اعادة الهندسة

٤٤. تقليص دورة حياة المنتجات لا ينتج عن:

- أ- سرعة تطوير المنتجات
- ب- رفع حجم الانتاج
- ج- سرعة ادخال المنتجات الجديدة
- د- شدة المنافسة بين المؤسسات

٤٥. استراتيجية المنتج التي تعتمد فيها المؤسسة على قدرتها التكنولوجية هي:

- أ- استراتيجية الهجومية
- ب- الاستراتيجية الموجهة للتكنولوجيا
- ج- استراتيجية الموجهة للتطبيقات
- د- استراتيجية اتباع القائد

٤٦. يعني تنوع المنتجات:

- أ- زيادة عدد المنتجات
- ب- زيادة أنواع المنتجات
- ج- زيادة عدد وأنواع المنتجات
- د- زيادة أسواق المنتجات

٤٧.المنتجات المبتكرة هي:

- أ- منتجات لم يكن لها وجود من قبل
- ب- منتجات موجودة ولكن لم يتم تسويقها من قبل
- ج- منتجات قديمة تم تطويرها
- د- منتجات قديمة تم تقليدها

٤٨.التبسيط في المنتجات يعني:

- أ- تبسيط خصائص المنتجات
- ب- تحديد الدرجة المثلى لتنوع المنتج
- ج- تبسيط تغليف المنتجات
- د- تبسيط إنتاج المنتجات

٤٩.الوظيفة التي أصبحت تهتم بتطوير المنتجات في المؤسسة هي وظيفة:

- أ- الترقية والتطوير
- ب- البحث والابداع
- ج- التطوير والابداع
- د- البحث والتطوير

٥٠.التنوع الافقي هو توسع في:

- أ- منتجات متشابهة و / أو متكاملة
- ب- منتجات متشابهة
- ج- منتجات متكاملة
- د- منتجات افقية

٥١.ليس من استراتيجيات المنتج

- أ- الاستراتيجية الهجومية
- ب- استراتيجية الانتاج المقلد
- ج- استراتيجية اتباع القائد
- د- الاستراتيجية الموجهة للتطبيق

٥٢. ليس من عيوب التنوع في المنتجات

أ- الانتاج بكميات كبيرة

ب- الانتاج بكميات صغيرة

ج- الانتاج بتكلفة كبيرة

د- زيادة المخزون

أ

١. تساهم شدة المنافسة بين المؤسسات في:

أ مد دورة حياة المنتج.

ب تقليص دورة حياة المنتجات.

ج عدم تطوير المنتجات.

د تبسيط المنتجات.

٢. ما يمكن اعتباره " مجموعة من الخصائص المادية والكيميائية المجتمعة في شكل محدد لإشباع حاجات

معينة " هو:

أ الإنتاج.

ب المنتج.

ج الخدمة.

د الإنتاجية.

٣. تحسب المنتجات المقلدة ضمن:

أ المنتجات التقليدية.

ب المنتجات الجديدة.

ج المنتجات القديمة.

د المنتجات البسيطة.

٤. ليس من المنتجات الجديدة:

أ- المنتجات المبتكرة.

ب- المنتجات المقلدة.

ت- المنتجات القديمة التي أدخل عليها تغيير.

ث- المنتجات البسيطة.

٥. استراتيجية المنتج التي تعتمد فيها المؤسسة على قدرتها التكنولوجية هي: 3

أ الاستراتيجية التكنولوجية.

ب الاستراتيجية الهجومية.

ج استراتيجية اتباع القائد

د الاستراتيجية الموجهة للتطبيقات

٦. الاستراتيجية التي تسمى أيضا استراتيجية قائد السوق هي: 3

أ استراتيجية القادة

ب الاستراتيجية الموجهة للتطبيقات

ج استراتيجية اتباع القائد

د الاستراتيجية الهجومية

٧. ليس من أهم عيوب تنوع المنتجات: 3

أ الإنتاج بكميات صغيرة

ب لتكلفة الكبيرة

ج زيادة المخزون

د تخفيض الأسعار

٨. التبسيط يعني تحديد: 3

أ المستوى الأمثل لسهولة المنتج

ب المستوى الأمثل للتسويق

ج الدرجة المثلى لجودة المنتج

د الدرجة المثلى لتنوع المنتج

٩. الاستراتيجية التي تعتمد على قدرة إدخال التعديلات على المنتج أو الخدمة الحالية وتكييفها هي: 3

أ الاستراتيجية الهجومية

ب استراتيجية القائد

ج الاستراتيجية الموجهة للتطبيق.

استراتيجية

١٠. التوسع في منتجات متشابهة و/أو متكاملة باستعمال نفس المعدات والمواد والعمال وقنوات التوزيع هو:

3

أ التوسع المتشابه

ب التوسع المتكامل

ج التنوع الجاني

د التنوع الأفقي

١١. التوسع خارج مجال الصناعة المحدد من أجل استغلال المواد هو: 3

أ التنوع الجانبي

ب التنوع العمودي

ج التوسع الخارجي

د التنوع الأفقي

١. المنتجات المقلدة هي المنتجات التي:

أ غالبا ما يرفضها العملاء

ب لم يكن لها وجود من قبل

ج تكون ناتجة عن تغير في منتجات موجودة

د تكون جديدة عند المؤسسة ولاكنها غير جديدة بالسوق

٢. عندما تقوم مؤسسه باتباع القائد في الاستراتيجية المنتج فأنها:

أ لا تفكر في الاستراتيجي

ب تتحمل المخاطر

ج لا تتحمل المخاطر

د غالبا ما تخطئ استراتيجيتها

٣. عدد المنتجات المختلفة التي تنتجها المؤسسة هو:

أ التنوع

ب التبسيط

ج العرض المقيد

د حجم الانتاج

38 سؤال للمحاضرة الثالثة

المحاضرة الرابعة

٥٣. دورة حياة المنتج هي المراحل التي يمر بها المنتج:

- أ- منذ ظهوره وحتى دخوله السوق
- ب- منذ ظهوره وحتى تراجعه
- ج- منذ الفكرة وحتى التراجع
- د- منذ ظهوره وحتى ظهور منتج جديد

٥٤. تكون دورة حياة الخدمة عموماً أطول من دورة حياة المنتج:

- أ- لأن الخدمة أقل تكلفة من المنتج
- ب- لأن الخدمة أقل تعرضاً للتقادم
- ج- لأن المنتج أطول وقتاً للإنتاج
- د- لأن المنتج أكثر تعرضاً للمنافسة

٥٥. المرحلة التي تمتد من بين ظهور الفكرة الجديدة وحتى ادخال المنتج الجديد الى السوق تسمى:

- أ- دورة الانتاج
- ب- دورة المنتج
- ج- دورة الابداع
- د- فجوة الابتكار

٥٦. المنتج القياسي:

- أ- ينتج بكميات كبيرة مع تنوع أدنى
- ب- ينتج بكميات ضئيلة مع تنوع أدنى
- ج- ينتج بكميات كبيرة مع تنوع أكثر
- د- ينتج بكميات ضئيلة مع تنوع أكثر

٥٧. لا تعتمد الطريقة البديهية لتطوير المنتجات على:

- أ- الافكار الداخلية
- ب- شكاوى الزبائن
- ج- افكار الموزعين
- د- قانون العمل

٥٨. ضمن الطريقة البديهية تكون الغرلة هي:

- أ- الخطوة الاولى
- ب- الخطوة الثانية
- ج- الخطوة الثالثة
- د- الخطوة الرابعة

٥٩. أسلوب تطوير المنتجات الذي تتبناه خاصة المؤسسات الكبرى نظرا لارتفاع التكاليف:

- أ- الطريقة البديهية
- ب- فريق المغامرة
- ج- دورة الابتكار
- د- دورة حياة المنتج

٦٠. يكون ظهور الربح في الخدمة:

- أ- أسرع من ظهوره في المنتج
- ب- أقل من ظهوره في المنتج
- ج- بنفس سرعة ظهوره في المنتج
- د- أقوى منه في المنتج

٦١. ليس من مراحل الطريقة البديهية لتطوير المنتجات:

- أ- مرحلة تطوير الأفكار
- ب- مرحلة النضج
- ج- مرحلة تحليل الأعمال
- د- مرحلة التطوير

٦٢. تتميز مرحلة النضج ضمن مراحل دورة حياة المنتج بعدة خصائص منها:

- أ- نمو سريع في المبيعات
- ب- عدد قليل من الزبائن
- ج- عدد كبير من المنافسين
- د- كمية قليلة من المبيعات

٦٣. تتميز دورة حياة الخدمة مقارنة بدورة حياة المنتج المادي بـ:

- أ- زيادة التكاليف
- ب- كونها أطول
- ج- سرعة التعرض للتقادم
- د- البطء في تحقيق الربح

٦٤. يمثل النمو:

- أ- المرحل الاولى من دورة حياة المنتج
- ب- المرحل الثانية من دورة حياة المنتج
- ج- المرحل الثالثة من دورة حياة المنتج
- د- المرحل الرابعة من دورة حياة المنتج

٦٥. في دورة حياة المنتج:

- أ- ٣ مراحل
- ب- ٤ مراحل
- ج- ٥ مراحل
- د- ٦ مراحل

٦٦. تمثل الطريقة البديهية واحداً من:

- أ- مناهج البحث العلمي
- ب- أساليب اكتشاف الاسواق الجديدة
- ج- مناهج بناء الميزة التنافسية
- د- أساليب تطوير المنتجات

٦٧. تحتوي الطريقة البديهية على:

- أ- 8 مراحل
- ب- 6 مراحل
- ج- 4 مراحل
- د- 3 مراحل

٦٨. تحتوي طريقة دورة الابتكار على:

- أ- 8 مراحل
- ب- 7 مراحل
- ج- 6 مراحل
- د- 5 مراحل

٦٩. التقييم من وجهة نظر الانتاج هي واحدة من مراحل:

- أ- الطريقة البديهية
- ب- طريقة دورة الابتكار
- ج- طريقة فريق المغامرة
- د- الطريقة التطبيقية

٧٠. الطريقة البديهية لتطوير المنتجات:

- أ- تعتمد على المصادر الداخلية
- ب- تعتمد على المصادر الخارجية
- ج- تعتمد على المصادر الداخلية والخارجية
- د- لا تعتمد على مصادر

٧١. فريق المغامرة هو أسلوب من أساليب:

- أ- إدارة المشاريع
- ب- تطوير المنتجات
- ج- إدارة الانتاج
- د- إدارة المؤسسات

٧٢. يمثل التقييم من وجهة نظر التسويق مرحلة من مراحل:

- أ- الطريقة البديهية
- ب- إدارة العمليات
- ج- دورة حياة المنتج
- د- دورة الابتكار

٧٣. المرحلة الثالثة للطريقة البديهية لتطوير المنتجات هي:

- أ- توليد الافكار
- ب- الغرلة
- ج- تطوير المنتج
- د- التحليل

٧٤. حسب دورة الابتكار، يقيم النموذج الاول للمنتج:

- أ- من الجانب التسويقي والجانب المالي
- ب- من وجهة نظر الانتاج ومن الجانب المالية
- ج- من الجانب المالي فقط
- د- من الجانب التسويقي ومن وجهة نظر الانتاج

٧٥. ليس من اهم خصائص التجربة اليابانية

- أ- اسلوب التحسينات الصغيرة والمستمرة
- ب- تقليص دورة حياة المنتج
- ت- الاقتراب من الزبون بالتنوع العمودي الي الامام
- ث- عدم الجمع بين ميزة التنوع وتكلفة الوحدة

٥

١٢. الطريقة التجريبية لتطوير المنتجات، هي: 4

أ الطريقة البديهية

ب طريقة دورة الابتكار

ج طريقة فرق المغامرة

د طريقة دورة الحياة

١٣. يمثل التقييم من وجهة نظر التسويق: 4

أ خطوة من خطوات الطريقة البديهية

ب مرحلة من مراحل دورة الابتكار

ج شرطاً من شروط تقليد المنتجات

د طريقة من طرق تطوير المنتجات

١٤. اسلوب تطوير المنتجات الذي تتبناه خاصة المؤسسات الكبرى نظرا لارتفاع التكاليف: 4

أ دورة الابتكار

ب دورة الحياة

ج دورة الإنتاج

د استراتيجية القيادة

٥

٤. ليس من أساليب تطوير المنتجات:

أ فجوة الابتكار

ب الطريقة البديهية

ج فريق المغامرة

د دورة الابتكار

٥. الغربة مرحله من مراحل:

أ طريقه دورة حياة المنتج

ب طريقه دورة الابتكار

ج طريقه فريق المغامرة

د الطريقة البديهية

٦. يكون فريق تطوير المنتج متعدد التخصصات ومستقلا في عمله عن بقية المؤسسة في حالة:

أ الطريقة البديهية

ب طريقه دوره الابتكار

ج طريقه فريق المغامرة

د طريقه دورة حياة المنتج

٧. المنتج القياسي ينتج:

أ بكميه كبيره مع تنوع أدني

ب بكميه صغيره مع تنوع أدني

ج كميه كبيره مع تنوع كبير

د كميه صغيره مع تنوع كبير

٨. ليس من اهم خصائص التجربة اليابانية:

أ الجمع بين ميزه التنوع وتكلفه الوحدة

ب الاقتراب من الزبون بالتنوع العامودي الى الامام

ج التنوع الكبير للمنتجات

د الاعتماد على الطريقة البديهية لتطوير المنتجات

٣١ سؤال للمحاضرة الرابعة

المحاضرة الخامسة

٧٦. البرمجة الخطية هي طريقة لحل:

- أ- المسائل الخطية
- ب- المسائل البرمجية
- ج- مسائل الأمثلة
- د- مسائل الأولية

٧٧. في سطر المتغيرة الخارجة نجد:

- أ- أكبر قيمة مطلقة
- ب- المحور
- ج- أصغر قيمة سالبة
- د- الحل الأمثل

٧٨. في مسألة البرمجة الخطية، يكون الحل الأمثل إذا كانت كل قيم سطر الحل:

- أ- سالبة
- ب- سالبة أو مساوية للصفر
- ج- موجبة أو مساوية للصفر
- د- صفراً

٧٩. تبدأ كتابة الحل الجديد في جدول Simplex بتقسيم:

- أ- سطر المحور على عمود المحور
- ب- عمود المحور على عنصر المحور
- ج- سطر المحور على المحور
- د- عمود المحور على المحور

٨٠. تبين دالة الهدف:

- أ- هدف المسألة نفسها
- ب- هدف المؤسسة نفسها
- ج- هدف السوق نفسه
- د- هدف الورشة نفسها

٨١. في عهود المتغيرة الداخلة تجد:

- أ- أكبر قيمة مطلقة من بين القيم السالبة
- ب- أكبر قيمة مطلقة من بين القيم الموجبة
- ج- أصغر قيمة مطلقة من بين القيم السالبة
- د- أصغر قيمة مطلقة من بين القيم الموجبة

٨٢. تقاطع المتغيرة الداخلة والمتغيرة الخارجة يحدد:

- أ- القيمة المطلقة
- ب- الحل الأمثل
- ج- الحل الأولي
- د- المحور

٨٣. تبين قيود المسألة:

- أ- القيود التي تواجهها المؤسسة بالنسبة للسوق
- ب- القيود التي تفرضها المؤسسة على هذه المسألة
- ج- القيود التي يفرضها السوق على المسألة
- د- القيود التي تواجهها المؤسسة بالنسبة لهذه المسألة

٨٤. تعني قيود عدم السالبة:

- أ- المؤسسة تتعامل مع القيم الموجبة
- ب- ربح المؤسسة يكون موجباً
- ج- المؤسسة لا يمكن ان يكون لها سلوك سالب
- د- متغيرات المسألة غير سالبة

٨٥. الجدول المستعمل في مسائل البرمجة الخطية هو:

- أ- جدول البرمجة
- ب- جدول Simplex
- ج- جدول Templex
- د- جدول Complex

٨٦. ليس من نموذج البرمجة الخطية:

- أ- دالة الهدف
- ب- قيود المسألة
- ج- قيد عدم السالبة
- د- الرقم القياسي للسطر

٨٧. من مكونات البرمجة الخطية:

- أ- دالة الانتاج
- ب- قيد الانتاج
- ج- قيود المسألة
- د- دالة المسألة

٨٨. مكونات نموذج البرمجة الخطية هي:

- أ- دالة الهدف - قيود المسألة - قيد السلبية
- ب- دالة المسألة - قيود الهدف - قيد عدم السلبية
- ج- قيود الهدف - قيود المسألة - دالة السلبية
- د- دالة الهدف - قيود المسألة - قيد عدم السلبية

٨٩. تساعد متغيرات الفوارق في حل

- أ- مسائل النقل
- ب- مسائل البرمجة الخطية
- ج- مسائل ادارة المشاريع
- د- مسائل اختيار الموقع

٩٥. في البرمجة الخطية يتم تعديل النموذج: 5

- أ بالبحث عن المتغيرة الداخلة
- ب بتحديد المتغيرة الخارجة
- ج بإدخال متغيرا الفوارق
- د بحساب دالة الهدف
- د التكيف

١٦. في البرمجة الخطية يتم تعديل النموذج: 5

أ بالبحث عن المتغيرة الداخلة.

ب بإدخال متغيرات الفوارق.

ج بتحديد المتغيرة الخارجة.

د بحساب دالة الهدف.

١٧. لحل مسألة البرمجة الخطية نستعمل: 5

أ جدول complex

ب جدول templex

ج جدول pemplex

د جدول simplex

١٧ سؤال للمحاضرة الخامسة