

بسم الله الرحمن الرحيم

(3 + 2 + 1) للمحاضرات التوريد مبادئ لمقرر المراجعة أسئلة II Success

[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - مبادئ التوريد - جهاد عفانه]

(1) من الإدارات المكونه لسلاسل التوريد :

- إدارة عملية المرتجات

- إدامة التوريد

- إدارة خدمة الزبون

- جميع ما سبق

(2) الهدف الرئيسي لإدارة سلاسل التوريد :

- الزبائن الوسطاء

- تعظيم الربحية على المدى البعيد

- الترويج

- جميع ما سبق

(3) من الأنشطة الأساسية للعمليات اللوجستية :

- الشراء

- عملية الأمر

- تصميم التغليف الوقائي

- جميع ما سبق

(4) أحد هذه الإجابات لا تعتبر من الأنشطة المساعدة في العمليات اللوجستية :

- تحديث المعلومات

- مناولة المواد

- النقل

- المستودعات

(5) أحد هذه العبارات خاطئه في نظم المعلومات اللوجستية :

- من وسائل الإتصال ونقل المعلومات الهادفه لحل المشاكل استخدام الذبذبات الراديويه

- تكنولوجيا المعلومات مهمه في تعزيز إدارة اللوجستك من خلال سعة الإتصال

- أن وسائل الإتصال منخفضة التكاليف ولا تدعو للميزه التنافسيه

- أن وسائل الإتصال من أولويات الإستثمار الرأسمالي للحصول على العوائد

(6) أحد هذه الإجابات صحيحه للترميز السلعي :

- يعتبر الترميز السلعي أحد الوسائل القديمه

- أن ما يميز المنتجات بين الدول هو شكل المنتج

- الترميز السلعي سهل التمييز بين مجموعه من السلع
- أن الترميز لا يوضح الأصناف التي تقترب من مخزون الأمان

(7) من أهمية إدارة تدفق المواد :

- خفض كفاءة العملية التشغيلية
- مرونة التسعير كأداة تنافسيه
- رفع كلف الإنتاج
- جميع ما سبق

(8) من أنواع النقل في إداره اللوجستيه :

- نقل منتظم
- نقل غير منتظم
- نقل شبه منتظم
- جميع ما سبق

(9) يستخدم عندما يوجد حركه نقل كافيه وفيها تتحقق الجدوى الإقتصاديه للنقل :

- نقل غير منتظم
- نقل شبه منتظم
- نقل منتظم
- لا شئ مما سبق

(10) من أهم قواعد النجاح في الأسواق هو المثلث التنافسي 3Cs وتشمل :

- الشركه
- النقل
- المنافسين
- أ + ج

(11) تكمن العلاقه بين الزبائن والمنافسين في المثلث التنافسي أو بين الزبائن والشركه :

- قيادة الكلفه
- قيادة القيمه
- قيادة الزبون
- أ + ب

(12) تظهر عن العلاقه بين المنافسين والشركه في المثلث التنافسي :

- قيادة التكلفه
- قيادة القيمه
- قيادة النقل

- جميع ما سبق

13) أحد هذه الإجابات خاطئه عن الميزه التنافسيه في إدارة اللوجستك :

- تعتبر القوه المساويه من وسائل القيمه المضافه في الخدمه
- أن النجاح التجاري يأتي من ميزه التكاليف وميزه القيمه
- أن ميزه القيمه تقود إلى حصه أكبر بحكم إنخفاض تكلفه الواحده
- ان علاقه بين الشركه والزبائن في المثلث التنافسي هي قيادة القيمه

14) من أنواع خدمة الزبون :

- إختلاف ممثلي المبيعات
- تركيب المنتج
- عدم توفر شروط ماليه وإئتمان
- جميع ما سبق

15) من العوامل التي يجب مراعاتها لضمان نجاح برنامج خدمة الزبون :

- خطه رئيسيه تبين التغييرات الخارجيه
- تعهد من الإداره الدنيا في المنظمه
- الأنظمه والإجراءات
- جميع ما سبق

16) أحد هذه العبارات لا تعتبر من العوامل التي يجب مراعاتها لضمان نجاح برنامج خدمة الزبون :

- تطوير المهارات الشخصيه
- تعهد من الإداره العليا في المنظمه
- التغييرات الشكلييه لدى العاملين
- جميع ما سبق

17) ينبغي القيام بها لتلبية حاجات الزبون مثل معالجة الطلب ، توثيق القوائم :

- خدمة الزبون كنشاط
- خدمة الزبون كمقياس أداء
- خدمة الزبون كفلسفه
- أ + ج

18) في هذا المستوى ينشط خدمة الزبون من خلال تعهد واسع لتوفير قناعة الزبون بأعلى المستويات :

- خدمة الزبون كفلسفه
- خدمة الزبون كنشاط
- خدمة الزبون كمقياس أداء
- أ + ب

- 19) هو ما يتم قياس الخدمه من خلال مقاييس أداء محدده مثل النسبه المئويه لتسليم الطلبات في وقتها :
- خدمة الزبون كنشاط
 - خدمة الزبون كلفسه
 - خدمة الزبون كمقياس أداء
 - ب + ج

- 20) من أهداف العلاقه بين اللوجستك والتسويق هي :
- ربحية مستقلة لكل منهما
 - جهود مختلفه
 - قناعة المستهلك
 - جميع ما سبق

- 21) ترتبط خدمة الزبون باللوجستك من خلال أبعاد رئيسيه هي :
- الوقت
 - فترة التوريد
 - الإعتماده
 - أ + ج

- 22) تساهم إدارة اللوجستك بخدمه الزبون من خلال :
- الملائمه
 - الإعتماده
 - الإتصالات
 - جميع ما سبق

- 23) هو الوقت الذي ينجز فيه الطلب من بدايته إلى نهايته اعتمادا على وسيلة الإتصال المستخدمه :
- تهيئة الطلب
 - معالجة الطلب
 - وقت تنفيذ الطلب
 - شحص الطلب

- 24) يشمل وقت التعبئه ، التغليف للشحن ، التغليف الحمايى ، المناوله المخزنيه :
- شحن الطلب
 - معالجة الطلب
 - تهيئة الطلب
 - جميع ما سبق

- 25) من النقاط الواجب مراعاتها في الإعتماده والتي تعتبر من الأبعاد الرئيسيه بخدمه الزبون :

- فترة التوريد

- الطلبات الناقصه

- التسليم المختلف

- جميع ما سبق

(26) من أشكال المنفعة التي تخلقها القيمة لتحسين قناعة الزبون :

- المنفعة الشكلية

- المنفعة الزمانية والمكانية

- منفعة الحيازه أو التملك

- جميع ما سبق

(27) القيمة المضافه لتحسين قناعة الزبون هي المنفعة الشكلية وهي مسؤوله عن :

- الربح

- تكلفة السوق

- تكلفة التصنيع

- التكاليف الخدميه

(28) أحد هذه العبارات خاطئه بما يخص إدارة العلاقه مع الزبون :

- تلعب التكنولوجيا دورا رئيسيا في نظام خدمة الزبون

- من العوامل التي تحدد شكل استراتيجية خدمة الزبون قناعة الزبون

- ولاء الزبون هو مفهوم ذاتي يؤدي تقليل تفضيل الزبون لمنتج الشركه من خلال شراؤه مره واحده

- يهدف نظام العلاقات مع الزبائن لتفهم الزبائن بشكل مباشر وغير مباشر

(29) من أنماط كلف التزويد :

- كلف الإتصال أو الطلب

- كلف المخازن

- تكاليف معالجة الطلب والمعلومات

- جميع ما سبق

(30) أحد هذه الإجابات لا تخص مبادئ تكلفة اللوجستك :

- أن الركيزه الأساسيه الأولى في كلف اللوجستك هي تدفق المواد

- أن التسويق في اللوجستك يهدف إلى تعظيم الأرباح

- يبرز الدور الإستراتيجي في استخدام التوزيع المادي والذي يدعم الميزه التنافسيه للمنظمه

- أن إدارة اللوجستك تهدف إلى رفع الكلف ومن ثم تعظيم الأرباح

(31) من أبرز الدور الإستراتيجي للتوزيع المادي :

- رفع كلف التوزيع

- تثبيت خدمة الزبائن
- توليد المنافع الزمانيه والمكانيه
- جميع ما سبق

(32) أن خدمة الزبون يؤدي إلى قناعة الزبون ويتولد من جرّاء هذا التحسين :

- مبيعات أقل
- مردودات أقل
- تكرار شرائي
- ب + ج

(33) من أهم القنوات التوزيعيه التي تلجأ إليها بعض الشركات :

- الوسطاء
- تجار الجملة
- الوكلاء
- جميع ما سبق

(34) توازن الأسعار وثباتها يؤدي إلى :

- توازن الطلب
- إمداد مؤقت
- عدم سيادة البائع والمشتري مطلقا
- أ + ج