

بسم الله الرحمن الرحيم
الادارة الاستراتيجية - اسئلة مراجعة عامة على النقاط الحساسة و المهمة
[الادارة الاستراتيجية - د. معتصم حسين ابوزيد]

(1) للقياس الأداء المتميز خطوات ، الخطوة 1 هي:

- الإستعداد للتغيير
- تشكيل فرق العمل المكلفة بمعايرة العمليات
- تنفيذ أفضل الممارسات

(2) للقياس الأداء المتميز خطوات ، الخطوة 2 هي:

- تنفيذ أفضل الممارسات
- إختيار العمليات المحورية
- تحديد أفضل الممارسات

(3) للقياس الأداء المتميز خطوات ، الخطوة 3 هي:

- تشكيل فرق العمل المكلفة بمعايرة العمليات
- تحديد أفضل الممارسات
- تنفيذ أفضل الممارسات

(4) للقياس الأداء المتميز خطوات ، الخطوة 4 هي:

- تشكيل فرق العمل المكلفة بمعايرة العمليات
- تحديد أفضل الممارسات
- تنفيذ أفضل الممارسات

(5) للقياس الأداء المتميز خطوات ، الخطوة 5 هي:

- تنفيذ أفضل الممارسات
- تحديد أفضل الممارسات
- تشكيل فرق العمل المكلفة بمعايرة العمليات

(6) أول خطوات الرقابة الإستراتيجية

- مقارنة الأداء الفعلى بمستويات الأداء المستهدفة
- تحديد مستويات الأداء المستهدف
- إعداد نظم القياس والضبط

(7) واحد من التالي ليست من أدوات الرقابة الإستراتيجية

- نظم الرقابة الإستراتيجية
- آليات الرقابة الإستراتيجية
- مراجعة المؤشرات القتصادية

- مراجعة مهام الإدارة الإستراتيجية
- المؤشرات المالية لتقييم الأداء الإستراتيجى
- القياس المقارن لأداء العمليات
- مراجعة الإستراتيجية

8) واحد من التالي ليست من أدوات الرقابة الإستراتيجية

- نظم الرقابة الإستراتيجية
- آليات الرقابة الإستراتيجية
- مراجعة الإستراتيجية
- مراجعة مهام الإدارة الإستراتيجية
- مراجعة انظمة الموارد البشرية
- المؤشرات المالية لتقييم الأداء الإستراتيجى
- القياس المقارن لأداء العمليات

9) عدد خطوات نموذج ماكينزى لتنفيذ الإستراتيجية

- 3
- 4
- 7

10) لتنفيذ الإستراتيجية خطوات و عددها

- 6
- 7
- 13

11) مجموعة الأنشطة والفعاليات التى تمارس لوضع الإستراتيجيات موضع التطبيق

- التخطيط الإستراتيجى
- التنفيذ الإستراتيجى
- التصوير الإستراتيجى

12) تهدف هذه الإستراتيجية الى تحقيق تكلفة أقل بالمقارنة مع المنافسين

- إستراتيجية التمييز
- إستراتيجية القيادة فى التكلفة
- إستراتيجيات التركيز

13) وهى إستراتيجية تبنى على أساس التفوق فى المجالات

- إستراتيجية التمييز
- إستراتيجية القيادة فى التكلفة

- إستراتيجيات التركيز

14) تهدف هذه الإستراتيجية إلى بناء ميزة تنافسية والوصول الى موقع تنافسى أفضل فى السوق من خلال إشباع حاجات خاصة لمجموعة معينة من المستهلكين ،أو بواسطة التركيز على سوق جغرافى محدد ، أو التركيز على إستخدامات معينة للمنتج

- إستراتيجية التمييز

- إستراتيجية القيادة فى التكلفة

- إستراتيجيات التركيز

15) احد التالي ليست من الإستراتيجيات العامة للتنافس

- إستراتيجية القيادة فى التكلفة

- إستراتيجيات مرحلة التشبع

- إستراتيجيات التركيز

16) إستراتيجيات مرحلة النمو تنتمي الى

- إستراتيجيات دخول الأسواق العالمية

- الإستراتيجيات العامة للتنافس

- إستراتيجيات الإستثمار

17) إستراتيجية التصدير إستراتيجية التراخيص ،إستراتيجية الأنواع المشتركة، التحالفات الإستراتيجية ، كلها من الاستراتيجيات التالية :

- إستراتيجيات دخول الأسواق العالمية

- إستراتيجيات الإستثمار

- الإستراتيجيات العامة للتنافس

18) هناك إستراتيجيات مرحلة النمو الأولى ، و إستراتيجيات مرحلة النمو ، اي من التالي إستراتيجية تتبع لتمكين الشركة من تحسين موقفها التنافسى النسبي فى سوق يتسم بالنمو السريع

- هناك إستراتيجيات مرحلة النمو الأولى

- ستراتيجيات مرحلة النمو

- لا شيء

19) أي من استراتيجيات الاستثمار إستراتيجية تهدف إلى زيادة حصة الشركة السوقية

- إستراتيجيات مرحلة الركود

- إستراتيجيات مرحلة التشبع

- إستراتيجيات مرحلة التدهور

20) أي من التالي ؟ التركيز على منتج واحد مربح

- تنمية المنتج

- تنمية السوق
- النمو المتمركز

21) أي من التالي إضافة عملاء جدد فى أسواق مترابطة من خلال التوسع الجغرافى

- النمو المتمركز
- تنمية السوق
- تنمية المنتج

22) أي من التالي ؟ منتجات جديدة ومتفوقة عنالمنتجات الحالية المتقدمة

- الإبتكار
- التكامل الأفقى
- التكامل الرأسى

23) أي من التالي ؟ زيادة الطاقة الإنتاجية الحالية فى نفس مجال النشاط الحالى

- التكامل الأفقى
- التكامل الرأسى
- لا شيء

24) أي من التالي؟ إنشاء وحدة داخلية لتزويد الشركة بمدخلاتها

- التكامل الأفقى
- التكامل الرأسى
- لا شيء

25) أي من التالي لتخفيض التكلفة

- التصفية
- التخلص
- إتقليص النشاط

26) أي من التالي ؟ إغلاق مجال الأعمال داخل الشركة

- التصفية
- التخلص
- إتقليص النشاط

27) هناك انواع للاستراتيجيات، أي من التالي ليس منها

- إستراتيجيات الإستثمار
- الإستراتيجيات الكلية فى ظل مستوى المنظمة
- إستراتيجيات الدخول فى السوق العالمية
- الإستراتيجيات البيئة الخارجية

- الإستراتيجيات العامة للتنافس

28) في موضوع الاختيار الاستراتيجي درسنا عدة انواع من المصفوفات ، واحد من التالي ليس منها

- مصفوفة بوسطن

- SPACE

- مصفوفة جنرال اليكتريك/ماكينزي

- مصفوفة الاستثمار المطلق

29) في مصفوفة بوسطن يكون على المحور الأفقي

- نسبة السوق

- معدل نمو السوق

- لا شيء

30) في مصفوفة بوسطن يكون على المحور العمودي

- نسبة السوق

- معدل نمو السوق

- لا شيء

31) في مصفوفة SPACE ، ماذا يكون على المحور الأفقي يمين

- جاذبية السوق

- التنافسية

- القوة المالية

- الاستقرار البيئي

32) في مصفوفة SPACE ، ماذا يكون على المحور الأفقي يسار

- الاستقرار البيئي

- القوة المالية

- التنافسية

- جاذبية السوق

33) في مصفوفة SPACE ، ماذا يكون على المحور العمودي بالأعلى

- الاستقرار البيئي

- جاذبية السوق

- القوة المالية

- التنافسية

34) في مصفوفة SPACE ، ماذا يكون على المحور العمودي بالأسفل

- الاستقرار البيئي

- جاذبية السوق
- القوة المالية
- التنافسية

(35) المحور الراسي في مصفوفة جنرال اليكتريك/ماكينزي

- مدى جاذبية الصناعة

- الوضع التنافسي

- لا شيء مما ذكر

(36) المحور الأفقي في مصفوفة جنرال اليكتريك/ماكينزي

- مدى جاذبية الصناعة

- الوضع التنافسي

- لا شيء مما ذكر

(37) هي تطوير لفكرة محفظة الأعمال

- مصفوفة جنرال اليكتريك/ماكينزي

- SPACE

- مصفوفة بوسطن

(38) في مصفوفة بوسطن تقسم الى 4 خلايا ، هذه الخلايا متماشيا مع ما يناسب عمر المنتج بدأ بما يخص التقديم:

- نجوم ، بقرة ، قطة ، كلب

- استفهام ، ضب ، نجوم ، بقرة

- استفهام ، نجوم ، بقرة ، كلب

- استفهام ، كلب ، بقرة ، نجوم

(39) في SWOT نموزج، ما يكون في السعي لتحقيق الفرص قصيرة المدى

- نقاط الضعف / التهديدات

- نقاط القوة / التهديدات

- نقاط الضعف / الفرص

- نقاط القوة / الفرص

(40) في SWOT نموزج، التركيز على التخلص من التهديدات التي تواجه المؤسسة يكون في:

- نقاط القوة / الفرص

- نقاط الضعف / الفرص

- نقاط القوة / التهديدات

- نقاط الضعف / التهديدات

41) في SWOT نموذج، التركيز على مجالات التطوير والتحسين يكون في:

- نقاط الضعف / التهديدات
- نقاط القوة / التهديدات
- نقاط الضعف / الفرص
- نقاط القوة / الفرص

42) في SWOT نموذج، التركيز على تجنب المخاطر والتخفيف من أثرها يكون في:

- نقاط الضعف / التهديدات
- نقاط القوة / التهديدات
- نقاط الضعف / الفرص
- نقاط القوة / الفرص

43) احد التالي ليس من اصحاب المصالح

- المستثمرون
- البيئة الاقتصادية
- العملاء
- المجتمع المحلي
- العاملون
- الجمعيات المهنية
- الموردون
- الحكومات

44) طريقة ينظر من خلالها إلى سلسلة الأنشطة التي تؤديها المنظمة

- مجالات الجدارة
- الموارد
- سلسلة القيمة
- بطاقة قياس الأداء المتوازن

45) هي كل الموجودات والإمكانات والعمليات والمهارات قد تكون: الموارد ملموسة كالأراضي والأموال والمباني، وقد تكون غير ملموسة كسمعة الشركة

- سلسلة القيمة
- الموارد
- مجالات الجدارة
- بطاقة قياس الأداء المتوازن

46) هي نظام إداري يعتمد على تصميم نظام لتقييم الأداء يهدف إلى مساعدة الشركة على ترجمة رؤيتها و إستراتيجياتها إلى مجموعة من الأهداف و القياسات الإستراتيجية المترابطة

- بطاقة قياس الأداء المتوازن

- مجالات الجدارة

- سلسلة القيمة

(47) أحد التالي ليس من انواع مدخل سلسلة القيمة

- الأنشطة المالية

- الأنشطة الرئيسية

- الأنشطة المدعمة

(48) خدمات ما بعد البيع

- الأنشطة الرئيسية

- الأنشطة المدعمة

- لا شيء مما سبق

(49) واحد من التالي ليس من انواع تحليل النسب المالية

- نسب السنوات الماضية

- متوسط النسبة في الشركات المنافسة

- النسب الاقتصادية المحلية

- النسب المعيارية في الصناعة

(50) نقاط قوة المنظمة وتتيح للمنظمة تميز منتجاتها

- الكفاءات المتميزة

- الموارد

- الميزة التنافسية

(51) توفر البنية التحتية التي تسمح بحدوث أنشطة القيمة الأولية

- الميزة التنافسية

- الأنشطة الداعمة

- الموارد

(52) لتحليل البيئة الخارجية خطوات اولها هو :

- تحليل عوامل البيئة الخارجية المباشرة

- تحليل البيئة الخارجية غير المباشر

- لا شيء مما سبق

(53) بمثابة خارطة الطريق نحو مستقبل المنظمة المنشود

- الرؤية الإستراتيجية

- رسالة المنظمة

54) جملة أو عدة جمل تتضمن بيانات خاصة بالمنظمة ، وتميزها عن غيرها من المنظمات

- الرؤية الإستراتيجية

- رسالة المنظمة