

(49) دورة الاتصال هي إحدى معايير تقييم

- (أ) حجم السوق
- (ب) مركز الشركة
- (ج) ملاءمة السوق
- (د) معدل الربح



(50) يعتمد مؤشر التوجيه لقيمة السوق

- (أ) إضافة عملاء عند الأسواق غير النشطة
- (ب) إضافة عملاء عند الأسواق النشطة
- (ج) إضافة عملاء عند الأسواق متقلبة
- (د) إضافة عملاء عند لوحات سوقية



أحد الجوانب الثابتة من الجوانب التي تشكل الصراع التنافسي بين الشركات

- (25) أحد الجوانب الثابتة من الجوانب التي تشكل الصراع التنافسي بين الشركات
- (أ) استخدام السعر
 - (ب) الولاء للماركة
 - (ج) مزايا التكلفة
 - (د) قوة المساومة

(26) نموذج أوستن أحد التمازج المستخدمة في

- (أ) تحليل الاقتصاد والأصل
- (ب) تحليل الهيكل والنظم
- (ج) تحليل البنية والموارد
- (د) تحليل الصلابة والتنافس

(27) الخطوة الأولى في تحليل البيئة الداخلية

- (أ) تحليل مجالات الأنشطة الداخلية
- (ب) تحليل جوانب خلق الميزة التنافسية
- (ج) تحديد نقاط القوة والضعف والتهديدات
- (د) تحديد الفرص ومجالات التهديد

(28) يهدف من تحليل الميزة التنافسية لتوجيه موارد المنظمة إلى تحقيق

- (أ) كفاءة متفوقة
- (ب) جودة متفوقة
- (ج) تحديث متفوق
- (د) كل ما ذكر

(29) إحدى الجوانب الثابتة من أسس بناء الميزة التنافسية

- (أ) تنمية الموارد المالية
- (ب) اعتماد هيكل تنظيمية جديدة
- (ج) تطوير الكفاءات والقدرات البشرية
- (د) تطبيق القياس المتوازن

(30) يتصف نظام الرقابة الاستراتيجية بـ:

- (أ) الدقة في الإجراءات
- (ب) القياس المقارن المعياري
- (ج) تقديم المعلومات الصحيحة
- (د) تقديم التغذية الراجعة

(31) من مهام الإدارة الاستراتيجية التي يتحتم مراجعتها

- (أ) تحليل العوامل الاستراتيجية
- (ب) تحليل القوى الاستراتيجية
- (ج) تحليل البنود الاستراتيجية
- (د) تحليل المراحل الاستراتيجية

(32) من المؤشرات المالية لتقييم الأداء المالي

- (أ) نسب الربحية
- (ب) نسب السوق
- (ج) نسب الرفع
- (د) نسب النمو

- (1) لتقديم منتجات جديدة مثل ربطه لبيعها في الأسواق المحلية. ينصح باتباع
 - (أ) استراتيجية النمو الرأسي
 - (ب) استراتيجية النمو الأفقي
 - (ج) استراتيجية تنويع المنتج
 - (د) استراتيجية تنويع السوق
- (2) تقديم منتجات جديدة ومتعلقة عن المنتجات الحالية (متكاملة) ينصح باتباع
 - (أ) استراتيجية التطوير
 - (ب) استراتيجية الإحتفاظ
 - (ج) استراتيجية الانسحاب
 - (د) استراتيجية التقليل
- (3) يقصد بـ استراتيجية المشروعة والمشاركة
 - (أ) تكوين كيان جديد من خلال التعاون مع شركة أخرى
 - (ب) تحقيق إنسحاب وتعاون مع عدد من الشركات
 - (ج) تحقيق إنسحاب وتعاون داخل الأسواق المحلية
 - (د) كل ما ذكر
- (4) الإستراتيجية التي يمكن من خلالها مواجهة الاتجاهات السلبية في الأرباح هي :
 - (أ) استراتيجية الانسحاب الكلي
 - (ب) استراتيجية الشراكة والدمج
 - (ج) استراتيجية التصفية والتخلص
 - (د) استراتيجية تخفيض التكاليف
- (5) تهدف إستراتيجيات مرحلة الركود إلى :
 - (أ) زيادة المنتجات المصنعة
 - (ب) زيادة حصة الشركة السوقية
 - (ج) زيادة حصة النمو الإقليمي
 - (د) زيادة حصة الربحية
- (6) تعتبر إستراتيجية تخفيض الأصول إحدى إستراتيجيات
 - (أ) مرحلة النمو
 - (ب) مرحلة التمر
 - (ج) مرحلة التمتع
 - (د) مرحلة اللدهور
- (7) من إستراتيجيات دخول الأسواق العالمية
 - (أ) استراتيجية التراخيص
 - (ب) استراتيجية التصدير
 - (ج) الأنواع المشتركة
 - (د) كل ما ذكر
- (8) من خطوات تنفيذ الإستراتيجية
 - (أ) فرض علاقات السلطة
 - (ب) وضع السياسات المترتبة بها
 - (ج) توضيح الأهداف
 - (د) كل ما ذكر

(33) إحدى الجوانب المثالية من جوانب قياس الأداء المتميز

- (أ) التوافق التنافسي
- (ب) القدرات الخلاقة
- (ج) الأنشطة الإبداعية
- (د) الاستعداد للتغيير

(34) الإستراتيجية عظمة يولائية الأصل، وتعنى

- (أ) أن الصناعات في الغرب
- (ب) فن القيادة الإدارية
- (ج) فن العمل الإداري
- (د) فن التجارة

(35) من الأساليب التي يتم من خلالها تحليل أصحاب العمل

- (أ) الدراسات
- (ب) المقابلات
- (ج) المسح
- (د) التقارير

(36) تعتبر إستراتيجية التركيز إحدى الإستراتيجيات

- (أ) الدفاعية العامة
- (ب) الهجومية العامة
- (ج) العامة للمنافسة
- (د) الاستقرار

(37) عند تحليل القوى التكنولوجية يتمحور الاهتمام على :

- (أ) إعادة تشكيل الصناعة
- (ب) إعادة تشكيل الإنتاج
- (ج) إعادة تشكيل البيئة
- (د) إعادة تشكيل الاقتصاد

(38) يشير التحليل الإستراتيجي للأوضاع الاجتماعية إلى :

- (أ) تغير الإنتاج
- (ب) تغير القيم
- (ج) تغير الأعمار
- (د) تغير السكان

(39) من أمثلة إستراتيجيات المنظمة

- (أ) إستراتيجية التسويق
- (ب) إستراتيجية الإنتاج
- (ج) إستراتيجية الموارد البشرية
- (د) كل ما ذكر

(40) تعتبر الأنشطة المتعلقة بالإمدادات الخارجية أنشطة تتعلق بتجميع وتخزين وتوزيع الأنشطة

- (أ) التجميعية
- (ب) الأساسية
- (ج) التطويرية
- (د) التنموية

- (41) من استخدامات أسلوب سلسلة القيمة
- (أ) المساعدة في مجالات تحقيق التكلفة
- (ب) المساعدة في تحديد الموارد المالية
- (ج) المساعدة في تحديد المجالات التسويقية
- (د) كل ما ذكر ✓
- (42) من محاور بنية الأداء المتوازن
- (أ) محور المالية
- (ب) محور الأنظمة
- (ج) محور الزمان
- (د) كل ما ذكر ✓
- (43) علماً بأن لدى المنظمة قوة ولديها فرص خارجية، فإنه يجب
- (أ) التركيز على معالجة أوجه الضعف
- (ب) التركيز على متابعة تحقيق الفرص ✓
- (ج) التركيز على تلافى التهديدات
- (د) التركيز على تلافى الضعف والتهديدات
- (44) من مصفوفة (SPACE) من أربعة أبعاد أهمها
- (أ) المركز المالي
- (ب) المركز السوقي
- (ج) المركز التنافسي ✓
- (د) كل البنى ✓
- (45) من محاور مصفوفة (SPACE)
- (أ) محور الوضع السوقي
- (ب) محور الوضع التنافسي
- (ج) محور الوضع الاستراتيجي
- (د) محور الوضع التنافسي ✓
- (46) تعرف محفظة الأصيل بأنها
- (أ) مجموعة وحدات الأصيل بالسوق التي تخدم المنظمة ✓
- (ب) مجموعة وحدات الأصيل الاستراتيجية بالمنظمة التي تخدم السوق
- (ج) مجموعة وحدات الأصيل الاستراتيجية بالمنظمة التي تخدم المنتجات
- (د) مجموعة وحدات الأصيل الاستراتيجية بالمنظمة التي تخدم الإنتاج
- (47) يعبر عن محفظة الأصيل في شكل
- (أ) دائرة
- (ب) إحداثيات
- (ج) مصفوفة ✓
- (د) كل ما ذكر
- (48) من معايير تقييم وحدة الأصيل
- (أ) حصة السوق النسبية
- (ب) الإمكانيات التكنولوجية
- (ج) الجودة
- (د) كل ما ذكر ✓

(49) دورة الأعمال هي إحدى معايير تقييم

- (أ) حجم السوق
- (ب) المركز التنافسي
- (ج) جاذبية السوق
- (د) هامش الربح



(50) يقصد بإستراتيجية تنمية السوق

- (أ) إضافة عملاء جدد لأسواق مترابطة
- (ب) إضافة عملاء جدد لأسواق متباعدة
- (ج) إضافة عملاء جدد لإسواق متقاربة
- (د) إضافة عملاء جدد لوحدات سوقية



- (17) يمكن التمييز في مرحلة التنفيذ الإستراتيجي على
- الموارد والإجراءات
 - الإعداد القوي
 - الحد من التكاليف
 - وحدة التوجيه والأمر
- (18) الإستراتيجية هي وسيلة تعتمد على المنظمة لمواجهة بين
- الموارد والمخاطر في البيئة الخارجية
 - الموارد والتهديدات في البيئة الخارجية
 - الموارد والفرص في البيئة الخارجية
 - الموارد والقوة في البيئة الخارجية
- (19) من خطوات التخطيط الإستراتيجي
- تحليل البيئة التشغيلية
 - تحليل الرقابة والمراجعة
 - تحليل العوامل المؤثرة
 - تحليل الأنشطة العامة
- (20) من خصائص الرؤية الإستراتيجية
- معالجة قضية التنفيذ الإستراتيجي
 - الإشارة إلى القوة الدافعة للمنظمة
 - المصداقية والتحديد
 - رسم المسار الإستراتيجي للمنظمة
- (21) من خلال الرسالة يمكن
- تمييز المنظمة عن غيرها
 - توضيح سبب تزايد المنظمة
 - توضيح أهداف المنظمة
 - كل ما ذكر
- (22) من نتائج الإستراتيجية فإن التغيير في الوعي الصحي يؤدي إلى
- إعادة تحليل الأوضاع العلمية
 - إعادة تقييم الأوضاع الاجتماعية
 - إعادة تطوير الديمقراطية
 - إعادة تقييم الصناعة
- (23) تشمل القوى الدافعة
- العمر والنوع والميلقة الاجتماعية
 - الأخلاق والقيم الاجتماعية
 - التشريعات والإجراءات والقوانين
 - المورثات الاجتماعية والمسية
- (24) يقصد بالمناقصين المحتملين
- عدد وحجم الشركات المنافسة
 - الشركات التي تعتمد على الصناعة
 - الشركات التي لا تعتمد على الصناعة
 - الشركات التي تدرج منتجات الصناعة

- (9) يرى العديد من الباحثين أن التغييرات في إستراتيجية النمو تؤدي إلى ظهور مشكلات إدارية بالأمور الذي يتلخص في:
- (أ) نمو غير متوازن
- (ب) نمو إداري جديد
- (ج) هياكل تنظيمية جديدة
- (د) توجه إستراتيجية جديد
- (10) تتغير إستراتيجية المنظمة وهيكلها في حالة:
- (أ) زيادة نشاطها
- (ب) زيادة حجمها
- (ج) زيادة أصولها
- (د) زيادة مواردها
- (11) المراجعة الإستراتيجية هي إحدى أدوات:
- (أ) المراجعة الداخلية
- (ب) المراجعة العامة
- (ج) الرقابة الإستراتيجية
- (د) الإدارة الإستراتيجية
- (12) من الأطراف التي تشكل أليات الرقابة من خلال الحوكمة:
- (أ) أصحاب الأسهم
- (ب) الإدارة
- (ج) مجلس الإدارة
- (د) كل ما ذكر
- (13) من لمعاج تحليل المنظمة:
- (أ) مدخل التحليل المالي
- (ب) الأداء المالي
- (ج) مدخل اعتمادية الموارد
- (د) مدخل التحليل الإستراتيجي
- (14) يقيس بالكفاءات المتميزة:
- (أ) نقاط قوة المنظمة
- (ب) المهددات أمام المنظمة
- (ج) الفرص أمام المنظمة
- (د) كل ما ذكر
- (15) من عوامل النجاح الرئيسية داخل الصناعة:
- (أ) التقنية
- (ب) التصنيع
- (ج) التسويق
- (د) كل ما ذكر
- (16) من خلال تحليل البيئة الداخلية تتمكن الإدارة من استكشاف:
- (أ) الأسواق التنافسية
- (ب) الأنشطة البديلة
- (ج) إمكانيات المنظمة
- (د) المهددات والمخاطر

