

(1) قامت مصفوفة BCG التي ترمز للأسواق التي تتصف بنمو متدني، لكن المنظمة تحظى فيها بحصة سوقية عالية، هي خانة :

36

أ- علامة الاستفهام .

ب- الكلاب .

ج- البقرة الحلوب .

د- أنشطة النجم .

(2) عبارة : " أن نكون نحن الرواد في صناعة وتسويق المكيفات الهوائية عالمياً "، هي وصف :

37

أ- لثقافة المنظمة .

ب- الحصة السوقية للمنظمة .

ج- رؤية المنظمة .

د- لرسالة المنظمة .

(3) تقوم استراتيجية المنظمة بالتعامل مع البيئة العامة للمنظمة، من خلال :

38

أ- تغييرها جوهرياً .

ب- محاولة التكيف معها .

ج- التحكم فيها والسيطرة عليها .

د- إعادة تشكيلها بما يتماشى مع توجهات المنظمة .

(4) من المكونات الأساسية للبيئة الخارجية العامة للمنظمة :

39

أ- القوى الاقتصادية .

ب- الزبائن .

ج- الموردون .

د- الممولون .

(5) تقوم المنظمة بدراسة وتحليل النظام السياسي وتشريعات العمل، ضمن تحليل :

40

أ- بيئة الصناعة .

ب- البيئة التنافسية .

ج- البيئة الخارجية العامة .

د- البيئة الداخلية .

(6) يرى m.porter أن العامل الأول الذي يحدد مردودية منظمة ما تنشط في صناعة معينة :

41

أ- الحصة السوقية للمنظمة .

ب- جاذبية الصناعة .

ج- المركز التنافسي للمنظمة .

د- موارد المنظمة .

7) استراتيجية التنويع القائمة على زيادة الحصة السوقية من خلال بيع نفس المنتجات في الأسواق (العملاء)، هي استراتيجية :

42

أ- التميز .

ب- تطوير المنتج .

ج- تطوير السوق .

د- اختراق السوق .

8) أحد الجوانب الأساسية المكونة لمرحلة الاختيار الاستراتيجي هو :

43

أ- إعادة الهيكلة .

ب- إدارة التغيير .

ج- تحليل أصحاب المصلحة .

د- تقويم البدائل الاستراتيجية .

9) قيم المنظمة هي تعبير عن :

44

أ- ما تريد المنظمة الوصول إليه :

ب- الإطار الموجه للسلوك داخل المنظمة .

ج- السبب الذي وجدت المنظمة من أجله .

د- القيود البيئية المحيطة .

10) وصف أو إعلان لماذا ؟ (why) انخرطت المنظمة في العمل، هو تعبير عن :

45

أ- قيم المنظمة .

ب- رسالة المنظمة .

ج- رؤية المنظمة .

د- ثقافة المنظمة .

11) عبارة : " نحن نلتزم بالفوز من أجل تكريس أنفسنا لجعل (T.I) هي الفائزة "، هي وصف:

46

أ- لرسالة شركة (T.I) .

ب- لرؤية شركة (T.I) .

ج- لقيمة لدى شركة (T.I) .

د- لسبب وجود شركة (T.I) .

12) تعبر الظروف والمتغيرات التي تواجه المنظمة وتؤثر في مسارها الاستراتيجي، عن :

47

أ- رسالة المنظمة .

ب- ثقافة المنظمة .

ج- استراتيجية المنظمة .

د- بيئة المنظمة .

13) نقوم بدراسة وتحليل البيئة الداخلية للمنظمة لغرض:

- أ- التعرف على الفرص والمخاطر .
- ب- التكيف معها .

ج- التعرف على نقاط القوة والضعف بها .

د- فهم التهديدات المحيطة بها .

14) حسب porter فإنه يعبر عن مجموع الخصائص الفنية والاقتصادية لصناعة معينة : 49

أ- قطاع النشاط .

ب- هيكل الصناعة .

ج- أقسام السوق .

د- الصناعة .

15) وفقاً لنموذج " الشرعية والقدرة والإلحاح "، فإن من يمتلكون السلطة (القدرة) ولا 50

يملكون الشرعية، يُطلق عليهم الشركاء :

أ- النهائيون .

ب- التقديريون .

ج- الخطرون .

د- التابعون .

16) يؤدي دخول منافسين جدد لصناعة ما، إلى ارتفاع : 1

أ- أسعار العرض والصناعة .

ب- أرباح الشركات المتواجدة بالصناعة .

ج- مردودية الشركات المتواجدة بالصناعة .

د- تكلفة الشركات المتواجدة بالصناعة .

17) يتمثل الهدف الأساس لنظرية أصحاب المصلحة، في : 2

أ- توسيع دور ومسؤولية المدير إلى أبعد من تعظيم الربح .

ب- أن تعمل المنظمة لتعظيم أرباحها فقط .

ج- اهتمام المنظمة بمصالح الآخرين أكثر من اهتمامها بالربح .

د- أن تعمل المنظمة لتعظيم منافع أصحاب المصلحة فقط .

18) أحد مكونات النشاطات الأولية في سلسلة القيمة، هو : 3

أ- التمويل .

ب- التسويق .

ج- التطوير التكنولوجي .

د- إدارة الموارد البشرية .

19) من دوافع اعتماد المنظمة لخيار النمو الخارجي : ⁴

- أ- الحرص على الجو الاجتماعي الملائم .
- ب- عدم وجود الحليف المناسب .
- ج- الرغبة في اقتحام سوق صعبة الدخول .
- د- تخصص المنظمة في أنشطتها الحالية .

20) تُعبر المحيطات الزرقاء بالنسبة لاستراتيجية المحيط الأزرق، عن : ⁵

- أ- الأسواق المألوفة .
- ب- الأعمال المعروفة .
- ج- ازدحام محيط السوق بالمنافسين .
- د- الصناعات التي لم تخرج بعد إلى حيز الوجود .

21) من خصائص استراتيجية المحيط الأحمر، كونها : ⁶

- أ- تعتمد على مساحة سوق بعيدة عن متناول المنافسين .
- ب- تقوم على تطوير القيمة في حدود ما يسمح به قطاع النشاط .
- ج- تقوم على خلق طلب جديد والاستيلاء عليه .
- د- تجعل المنافسة غير واردة .

22) من مداخل التحليل الاستراتيجي للمنشأة : ⁷

- أ- تحليل المزايا التنافسية .
- ب- تحليل البيئة التنافسية .
- ج- تحليل قوى المنافسة .
- د- تحليل البيئة الكلية .

23) إذا توفرت خاصية واحدة فقط من المكونات الثلاثة لنموذج " الشرعية والقدرة والإلحاح "

صاحب مصلحة معين، اعتبر ضمن الشركاء : ⁸

- أ- الكامنين .
- ب- النهائيين .
- ج- المتأهبين .
- د- الخطرين .

24) يشتد الصراع التنافسي بين الشركات في صناعة ما، كلما : ⁹

- أ- كانت درجة نمو الصناعة كبيرة .
- ب- كانت نسبة التكاليف الثابتة إلى القيمة المضافة كبيرة .
- ج- كانت هناك إمكانية كبيرة بتميز المنتج .
- د- كان عدد المتنافسين بالصناعة محدود .

25) المعيار الذي يتم على أساسه تقييم الأداء المنتظر للمنظمة من حيث الربحية والخطر، هو

معيار :

10

أ- القبول .

ب- المناسبة .

ج- إمكانية التنفيذ .

د- المواءمة .

26) يتمثل العنصر الذي يندرج ضمن أصحاب المصلحة الثانويين، في :

11

أ- الحكومة .

ب- الزبائن .

ج- المساهمين .

د- الموظفين .

27) الأنشطة التي تؤول إلى الزوال في مصفوفة BCG تظهر ضمن خانة :

12

أ- علامة الاستفهام .

ب- أنشطة النجم .

ج- البقرة الحلوب .

د- الكلاب .

28) تُعرّف مصفوفة mckinsey أيضاً بمصفوفة مجموعة :

13

أ- بوسطن الاستشارية .

ب- فورد .

ج- جنرال إلكتريك .

د- جنرال موتورز .

29) تعرف الاستراتيجية المتعلقة بامتلاك أكثر من نشاط استراتيجي في نفس الوقت،

14

باستراتيجية:

أ- التخصص .

ب- مستوى النشاط .

ج- التنويع .

د- التميز .

30) وفقاً لمصفوفة السلطة / الاهتمام، فإن تقاطع السلطة الضعيفة مع الاهتمام الكبير يتطلب:

أ- توفير العناصر الحيوية الفاعلة .

ب- الحرص على إرضاء صاحب المصلحة .

ج- بذل أدنى الجهد مع صاحب المصلحة .

د- الحرص على إعلام صاحب المصلحة .

15 **(31) عند تقاطع التهديدات مع نقاط القوة في مصفوفة swot ، فإن الاستراتيجية الملائمة، هي :**

أ- الانتظار .

ب- إعادة التوقع .

ج- الهجومية .

د- الدفاعية .

17 **(32) يتمثل أحد البعدين الأساسيين لمصفوفة BCG في :**

أ- مستوى الأسعار .

ب- معدل نمو السوق .

ج- ربحية المنظمة .

د- عوائد الدخول الخاصة بالقطاع .

18 **(33) يتمثل أحد أسباب اختيار استراتيجية التوسع السوقي، في :**

أ- قدرة الشركة على تقديم منتجات جديدة .

ب- جاذبية الأسواق التي تنشط فيها الشركة .

ج- الاستفادة من المزايا التنافسية القائمة .

د- كبر حجم السوق التي تنشط فيه الشركة .

19 **(34) جميع ما يلي يدخل ضمن استراتيجيات التخصص ما عدا :**

أ- استراتيجية قيادة التكلفة .

ب- استراتيجية التنويع .

ج- استراتيجية التميز .

د- استراتيجية التركيز .

(35) جميع ما يلي يدخل حسب porter ضمن الحالات التي تسمح للمنظمة بأن تجمع ما بين

20 **ميزتين التكلفة والتميز، ما عدا :**

أ- أن تكون المنافسة متورطة في المسار المتوسط .

ب- أن تتمكن المنظمة من تحقيق ابتكار حاسم يسمح بذلك .

ج- أن تكون التكاليف محكومة بالحصة السوقية .

د- أن تكون التكاليف محكومة بتصميم المنتج .

21 **(36) تتميز القرارات الاستراتيجية عن التشغيلية بكونها :**

أ- أكثر وضوحاً من حيث الأهداف .

ب- أكثر تكراراً .

ج- أكثر شمولاً من حيث التأثير في المنظمة .

د- يمكن التراجع عنها بسهولة .

(37) عندما تختص الاستراتيجية بكل أنشطة المنظمة، فنحن نتحدث عن مستوى :

أ- الاستراتيجية الكلية للمنظمة .

ب- وحدات الأعمال الاستراتيجية للمنظمة .

ج- الاستراتيجية الوظيفية للمنظمة .

د- القرارات التكتيكية للمنظمة .

(38) مستوى الرقابة الذي يتطلب معلومات أكثر تفصيلاً، هو مستوى :

أ- الوحدة الاستراتيجية .

ب- المجموعة .

ج- المنظمة ككل .

د- الأقسام .

(39) يتم التعرف على حجم الأموال المطلوبة لتنفيذ الاستراتيجية، ومصادرها وأوقات الحصول

عليها، من خلال :

أ- تحليل التدفقات النقدية .

ب- تحليل العائد .

ج- تحليل القيمة لأصحاب الأسهم .

د- تحليل الربحية .

(40) بعد اختيار البديل الاستراتيجي المناسب، تأتي مرحلة :

أ- التوجه الاستراتيجي .

ب- التحليل الاستراتيجي .

ج- التنفيذ الاستراتيجي .

د- الرقابة الاستراتيجية .

(41) من الجوانب الأساسية التي يتم تناولها ضمن مرحلة الرقابة الاستراتيجية :

أ- إدارة التغيير .

ب- تخصيص وتوزيع الموارد .

ج- المقارنات المرجعية .

د- إعادة الهيكلة .

(42) شكل التغيير الذي يأتي وسطاً بين التغيير الانتقالي والتغيير التدريجي :

أ- الاتصال .

ب- المشاركة .

ج- التدخل .

د- الإكراه .

43) الدخول في أسواق جديدة ومحاولة بناء اسم للشركة بها من خلال خدمة عملاء جدد بنفس المنتجات، هو تعبير عن استراتيجية :

28

- أ- اختراق السوق .
- ب- تطوير المنتج .
- ج- التوسع السوقي .
- د- التركيز السوقي .

44) الرقابة التي تمارس على مستوى الوحدة أو المجموعة ككل، هي الرقابة :

29

- أ- التنفيذية .
- ب- التشغيلية .
- ج- الوظيفية .
- د- الاستراتيجية .

45) تتشكل بطاقة الأداء المتوازن من :

30

- أ- ثلاثة أبعاد .
- ب- أربعة أبعاد .
- ج- ستة أبعاد .
- د- ثمانية أبعاد .

46) الهدف الاستراتيجي الجوهرى لمنظمات الأعمال (الذي يمثل هدف الاستراتيجيات)، فهو :

31

- أ- زيادة الحصة السوقية .
- ب- خلق ميزة تنافسية مستدامة .
- ج- تحقيق الربح .
- د- التوسع السوقي .

47) من الموضوعات الأساسية التي يتم تناولها ضمن مرحلة التنفيذ الاستراتيجي :

32

- أ- تحديد رسالة المنظمة .
- ب- تخصيص وتوزيع الموارد .
- ج- المقارنات المرجعية .
- د- دراسة أصحاب المصلحة .

48) القرارات التشغيلية هي قرارات تتعلق :

33

- أ- بالأبعاد الوظيفية للمنظمة .
- ب- بخلق الميزة التنافسية للمنظمة .
- ج- بالمستويات العليا للمنظمة .
- د- بتنفيذ الأعمال الجارية للمنظمة .

49) نوع الرقابة الأكثر دقة المستخدم من حملة الأسهم والمرتكز على مقاييس مالية، هو الرقابة:

34

أ- السوقية .

ب- البيروقراطية .

ج- على المخرجات .

د- التشغيلية .

50) إنتاج وتسويق مجموعة محددة من المنتجات المترابطة وخدمة مجموعة معينة من العملاء والتعامل مع عدد معين من المنافسين من قبل مركز ربحية معين بالمنظمة، هو تعبير عن :

35

أ- الاستراتيجية الوظيفية بالمنظمة .

ب- الاستراتيجية الكلية للمنظمة .

ج- وحدة أعمال استراتيجية .

د- التجزئة الاستراتيجية .

(انتهت الأسئلة)

كتابة وتنسيق : (ماجد الشاعر)
والشكر موصول لـ دباة على التصوير المميز
تمنياتنا لكم بالتوفيق ،
... دعواتكم ...