

المحاضرة التمهيديّة

❖ تتبع أهمية مقرر الموضوعات الخاصة في الإدارة من :

تعريف مدراء الشركات بهذه الموضوعات

زيادة المعرفة لدى مناديب البيع.

تعريف الطلاب ببعض الاتجاهات الإدارية الحديثة.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ أدت الممارسات الإدارية المختلفة والدراسات والبحوث العلمية في الإدارة الى:

زيادة اعداد رجال المبيعات والمهندسين.

اثراء المعرفة الإدارية

زيادة المنافسة بين شركات القطاع العام والخاص.

تخلف عملية التجديد في الفكر الاداري.

❖ ادت الممارسات الادارية المختلفة والدراسات والبحوث العلمية في الإدارة الى اثراء المعرفة...؟

الفنية

الإدارية

التكنولوجية

العلمية

❖ تتبع مقرر الموضوعات الخاصة في الإدارة من تعريف الطلاب ببعض الاتجاهات الإدارية الحديثة ؟

كيفية

سلبية

أهميه

عالميه

المحاضرة الأولى

❖ هوعملية استثمار خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها، ورصد المعلومات الناجمة عن هذه الخبرات والتجارب في

ذاكرة المنظمة ثم مراجعتها من حين لآخر للاستفادة منها فيحل المشكلات:

حل المشكلات.

التعلم التنظيمي.

التراكمي المعرفي.

التأقلم

في ٥ تعريف للتعلم التنظيمي الدكتور جاب ٤ موجودين في الأسئلة
باقي تعريف واحد ومو لازم تحفظو العلماء ركزو على التعريف فقط
تعريف Popper & lipshits بأنه عبارة عن آلية التعلم التي تتبناها
المنظمة وتجعلها جزءا من ثقافتها التنظيمية

❖ لتعلم التنظيمي هو عمليه خبرات وتجارب المنظمة والأفراد العاملين بها ورصيد المعلومات الناجمة عن هذه الخبرات

والتجارب في ذاكرة المنظمة ثم مراجعتها من حين لآخر للاستفادة منها في حل المشكلات؟

جمع

استثمار

تراكم

تأقلم

❖ يرى سينج senge ان عملية التعلم التنظيمي هي: الاختبار والمراجعة المستمرة ل.....وتحويلها الى معرفة تستطيع المنظمة الحصول عليها و توظيفها لأغراضها الرئيسية.

الخبرات

السوق

المنافسة

مهارات العاملين

❖ يعرف سايمون التعلم التنظيمي بأنه الوعي ب.....التنظيمية و النجاح في تحديدها من قبل أفراد التنظيم.

المشكلات التنظيمية

السلوك التنظيمية

أهداف المنظمة

البيئة الخارجية

❖ يعرف كريس أوجريس التعلم التنظيمي بأنه العملية التي يتم من خلالها.....

البناء التنظيمي

كشف الأخطاء وتصحيحها

التنافس الحر

تدريب العاملين

الفرق بين التعلم الفردي والتعلم التنظيمي: **التعلم**

الفردي:

- يرتبط باحتياجات الفرد و دوافعه و قيمه

- يتصلب الخبرة الشخصية و الرؤية الفردية

التعلم التنظيمي:

- يشتمل على واقع مشترك لحاجات ودوافع وقيم أفراد

التنظيم

- يتصل بالرؤية الجماعية المشتركة

❖ إن الفرق بين التعلم الفردي والتعلم التنظيمي هو ان التعلم الفردي:

يتصلب الرؤية الجماعية المشتركة.

يرتبط باحتياجات الفرد و دوافعه و قيمه.

يشتمل على واقع مشترك لحاجات و دوافع و قيم أفراد التنظيم.

يهتم بالتعليم الجماعي.

❖ ساهمت سرعة التطور في زيادة اهتمام الشركات ب.:

حل المشكلات.

التعلم:

التنوع.

غزو الأسواق الجديدة.

❖ ساهمت.....في زيادة اهتمام الشركات بالتعلم

سرعة التطور

ضعف المنافسة

غير واضح

البيئة البسيطة

العوامل المؤدية الى اهتمام المنظمات **بالتعلم:**

- اداة فعالة لإيجاد و نشر المعرفة داخل اقسام المنظمة

- المنافسة الجديدة تحتم التعلم والتعلم المتبادل

- تفرض الرؤية الخلاقة للتعلم النظر اليه على انه تعلم ابتكاري

- التجارب السيئة ليست التجارب الفاشلة بل التجارب التي لم يتم التعلم

منها

- **سرعة التطور** ساهمت في زيادة اهتمام الشركات بالتعلم

لا حظو الدكتور كرر نفس السؤال بس غير الخيارات فلزام تحفظو

الجملة كاملة لأنه يعتمد الحفظ

❖ من مبررات دراسة التعلم التنظيمي:

ارتفاع حدة المنافسة.

ضعف التقدم التكنولوجي.

ضعف كفاءة الموظفين.

جميع ما ذكر خطأ

❖ من مبررات دراسة ... ألتنظيمي ارتفاع حده المنافسة؟

التعلم

الهيكل

البناء

الشكل

مبررات دراسة التعلم التنظيمي:

- التحول في الأهمية النسبية لعوامل الإنتاج من راس المال المادي الى راس المال الفكري
- ارتفاع حدة المنافسة في بيئة الأعمال الدولية وسرعة تغيرها
- التطور الفكري المرتبط بالمعرفة كمصدر لتحقيق الميزة التنافسية
- التطورات التقنية الهائلة التي فرضت وجود عاملين متعلمين لديهم مهارات معرفية
- زيادة الاسواق العالمية المطالبة من المنظمة مرونة اكبر وقوة عمل متعلمة
- التطور الفكري نحو منظمات التعلم واعطاء العاملين دور في عملية اتخاذ القرار

❖ تعتبر التطورات التقنية الهائلة التي فرضت وجود عاملين متعلمين لديهم مهارات معرفية من مبررات دراسة

السلوك التنظيمي.

المنظمة المتعلمة.

التعلم التنظيمي.

البيئة الخارجية.

❖ من مبررات دراسة التعلم التنظيمي الارتفاع الحاد للمنافسة في بيئةوسرعه تغيرها.

المدارس

الجامعات

الأعمال الدولية

الإنتاج

❖ يعرف كارفن (Garvin.1993) المنظمة المتعلمة على انها المنظمة الماهرة في خلق واكتساب، وتحويل المعرفة، وفي تعديل

.....لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة.

سلوكها

موظفيها وعمالها

مسارها التنافسي

اسم الشهرة الخاص بها

مفهوم المنظمة المتعلمة

يصف سينج المنظمة المتعلمة : على انها المنظمة التي يستطيع الفرد فيها ان يتعلم و أيضا يوسع فيها الأفراد باستمرار من قدراتهم على خلق النتائج التي يريدونها فعلا و يعبر فيها عن الطموحات الجماعية بحرية

يعرف كارفن المنظمة المتعلمة : على انها المنظمة الماهرة في خلق واكتساب ، وتحويل المعرفة وفي تعديل سلوكها لتعكس المعرفة والرؤيا الجديدة

يعرف سيجرمان المنظمة المتعلمة : بأنها المنظمة التي تمتلك طاقة للتحسين المستمر لفاعليتها و لأعضائها لاجاد طرائق أفضل وجديدة لتنظيم جهودهم باتجاه الهدف

❖ قام بترسينج بوضع خمسة أسس للمنظمة منها يعني القدرة على تكوين رؤية واضحة للعلاقات المتداخلة للنظام.

التميز الذاتي

التفكير التنظيمي

الرؤية المشتركة

الجودة الشاملة

يتكون نموذج بيتر سينج من خمسة أسس للمنظمة المتعلمة و هي:

-التفكير التنظيمي : يعني القدرة على تكوين رؤية واضحة للعلاقات المتداخلة للنظام.

- التميز الذاتي : مدى توافر براعة شخصية تعزز الدوافع الذاتية للتعلم المستمر عن كيفية

تأثير أفعالنا على البيئة المحيطة

- النماذج الذهنية : أي مدى الانفتاح المطلوب بين العاملين.

- الرؤية المشتركة : أي التزام العاملين حول الرؤية المؤسسية و كيف ينظرون إلى مستقبل

المنظمة بشكل متشابه

- التعلم الجماعي : القدرة على العمل بروح الفريق.

❖ من المميزات التي تتصف بها المنظمة المتعلمة أنها تحصل على عن سلعتها أو خدماتها:

حسب (Brandt,2003) للمنظمات المتعلمة مميزات أخرى وهي:

امتلاكها هيكل تنظيمي تحفيزي يشجع على السلوك التكيفي، امتلاكها إرادة التحدي لتحقيق الاهداف، تجمع وتعالج وتعمل وفقا للمعلومات بطرق ملائمة لأهدافها، تمتلك اساس معرفة مؤسساتية وعمليات لخلق الافكار الجديدة، توجد عملية تبادل مستمرة للمعلومات بين المنظمة وبينتها الخارجية، **تحصل المنظمة المتعلمة على التغذية العكسية عن سلعتها او خدماتها**، توجد عملية صقل ومراجعة مستمرة للعمليات الاساسية في المنظمة المتعلمة، تمتلك ثقافة تنظيمية داعمة للتعلم التنظيمي، يستطيع الاعضاء التنظيميون فيها تحديد و تعريف مراحل تطور المنظمة بشكل دقيق، المنظمة المتعلمة تنظم مفتوح مع البيئة الخارجية.

العائد السريع.
الربح المعقول.
القبول.

التغذية العكسية

❖ حسب (واتكنز ومارسالك)، حتى تصبح المنظمة متعلمة أو تسير نحو التعلم فلا بد من توفر متطلبات أساسية منها خلق فرص ل

حسب واتكنز و مارساك حتى تصبح المنظمة متعلمة او تسير نحو التعلم فلا بد من توفر متطلبات اساسية :

خلق فرص **للتعلم المستمر**، تشجيع الحوار والاستعلام، تشجيع التعاون والتعلم الجماعي، تطوير أنظمة لحيازة ومشاركة عملية التعلم، تمكين العاملين نحو تحقيق رؤى مشتركة، ربط المنظمة بالبيئة الخارجية، توفير قيادة استراتيجية للتعلم.

زيادة الزبائن.

التعلم المستمر.

التنافس الخارجي.
الاحتكار.

المحاضرة الثانية

❖تعمل على تحويل التابعين الى قادة متحكمين بقدراتهم او الى قادة للتغيير :

التعاريف الموجودة في الاسئلة ذكروها من الاسئلة حاط فقط التعاريف اللي ماجات عليها اسئلة
تعريف بيرنز: القيادة التحويلية هي عملية تحدث عندما يقوم شخصاً وأكثر بالالتحام مع آخرين بطريقة تمكن القادة والتابعين من رفع بعضهما لآخر لمستويات أعلى من الأخلاق والدوافع والسلوكيات (رغبات ، وحاجات وطموحات، وقيم التابعين الأساسية).
تيشي وديفانا القيادة التحويلية هي عملية إدراك الحاجة للتغيير وصنع رؤية جديدة من قبل القادة التحويليين داخل المنظمات ، والعمل على تأسيس هذه الرؤية والتغيير لتثبت مع مرور الوقت.

ادارة الازمات.

القيادة التحويلية.

الادارة بالأهداف.
عملية التحسين المستمر.

❖ عرف كل من بينس ونانس Bennis&Nanus القيادة التحويلية بأنها تعمل على تحويل إلى قادة متحكمين بقدراتهم والى

قادة للتغيير

❖ القيادة التحويلية تعمل على تحويل ... الى قادة متحكمين بقدراتهم؟

تعريف تروفينو القيادة التحويلية هي القيادة التي تضع رؤية واضحة لمنظماتها وتعمل على إيجاد أنظمة تنظيمية جديدة كلياً تتوافق مع متطلبات المستقبل.
تعريف جان كريجر القيادة التحويلية تعمل على تحفيز التابعين بشكل أكبر من التوقعات عن طريق رفع الوعي بأهمية وقيمة أهداف محددة و مثالية ، و السمو بالاهتمامات الشخصية لدى التابعين لتحقيق ازدهار و مصلحة المنظمة و مخاطبة الاحتياجات العليا لديهم.

العمال

الموظفين

التابعين

المدراء

❖ حسب وتعريف جان كريجر فإن القيادة التحويلية تعمل على تحفيز ... :

الشركاء.

الموردين.

الموزعين.

التابعين

❖ تعريف تريسي (Tracey) القيادة التحويلية هي العملية التي تدفع الأتباع وتنشطهم عن طريق تعزيز المثل العليا.....

القيم الاخلاقية

الاحترام المتبادل

أهداف مشتركة

جميع ما ذكر خطأ

ابعاد القيادة التحويلية :

١- التأثير المثالي او الكاريزما

٢- الدفع و الالهام

٣- التشجيع الإبداعي

٤- الاهتمام الفردي

❖ يعني قدرة القائد على اظهار مواهب غير عادية و اللجوء إلى المخاطرة:

التأثير المثالي و الكاريزما.

قدرة الموهبة.

الذكاء.

الإبداع.

التأثير المثالي او الكاريزما:

- يعني قدرة القائد على إظهار مواهب غير عادية و اللجوء إلى المخاطرة بحيث يوجد في التابعين الإخلاص و التفاني و الإحساس بالهدف المشترك

- كما تعني ايضا إبداع القائد لرؤية واضحة و إحساس بالرسالة العليا للمنظمة و غرس روح الفخر في نفوس أتباعه و تحقيق الثقة و الاحترام من قبلهم.

❖ يعبر التأثير المثالي أو الكاريزما. عن قدرة القائد على اظهار مواهب غير عادية و اللجوء إلى.....

المخاطرة

أظهار القوة

الدفاع عن الاخرين

المساومة

❖ يمتلك قدرات فائقة في التأثير بالمرؤوسين بحيث يصبح بالنسبة لهم نموذجاً يقتدى به :

المدير العام.

القائد التحويلي.

الرئيس المباشر.

الرئيس التنفيذي.

التأثير المثالي او الكاريزما :

- فالقائد التحويلي يمتلك قدرات فائقة في التأثير بالمرؤوسين بحيث يصبح بالنسبة لهم نموذجاً يقتدى به و يغرس الاعتداد بالنفس و يحظى باحترام الآخرين وثقتهم و إعجابهم وبالتالي فإن المرؤوسين يعملون على محاكاة سلوك قائدهم.

- كما يتميز القائد التحويل ببتقديم مصالح الآخرين على مصالحه الشخصية و يشاركهم في مواجهة المخاطر مظهراً سمواً أخلاقياً متميزاً يجعله يرباً بنفسه عن استغلال سلطته في تحقيق مكاسب شخصية.

❖ يمتلك القائد التحويلي قدرات فائقة في بحيث يصبح بالنسبة لهم نموذجاً يقتدى به:

التأثير بالمرؤوسين

كشف الحقائق

الإشراف على المرؤوسين

جميع ما ذكر خطأ

❖ من أبعاد القيادة التحويلية ويتمثل في قدرة القائد على إيصال توقعاته العالية إلى الآخرين ... كلمة آخرين ما كانت

مكتوبة

الدفع و الالهام

التأثير المثالي

التشجيع الإبداعي

الاهتمام الفردي

❖ يتمثل في قدرة القائد على اىصال توقعاته العالية الى الآخرين:

الدفع والالهام:

- التشجيع الإبداعي.
- التركيز على الأداء.
- المشاركة.

❖ إن الدفع والالهام لدى القائد يتمثل في قدرة القائد على اىصال العالية الى الآخرين

توقعاته

- دوافعه
- خوافره
- مشاركته

الدفع و الالهام:

- يتمثل في قدرة القائد على اىصال توقعاته العالية الى الآخرين ، واستخدام الرموز لتركيز الجهود و التعبير عن الاهداف المهمة بطرق بسيطة أي انجاز اشياء كثيرة عن طريق زيادة الجهد المبذول

- يعمل القائد التحويلي على ان يثير في المرؤوسين حب التحدي و يتيح الفرصة لهم للمشاركة في تحقيق الاهداف المشتركة ويزكي فيهم الحماس و روح الفريق و يشركهم في رسم الرؤية للمستقبل وفي ذلك فهو يستخدم الرموز و الشعارات و لتوجيه الجهود

❖ يستثير القائد التحويلي تفكير مرؤوسيه عن طريق:

- الرقابة و المتابعة للصيقة.
- العقاب في حالة الاخفاق.
- مرونة العمل.

تشجيع التفكير الابداعي والتجديد والعقلانية.

التشجيع الإبداعي :

- يستثير القائد التحويلي تفكير مرؤوسيه بتشجيع التفكير الإبداعي والتجديد والعقلانية ، وابتكار الأفكار الجديدة والمبدعه في حل المشكلات ، ومعالجة الأوضاع القديمة السانده بأساليب جديده .

- ينمي روح الابتكار من خلال عدم السماح بتوجيه النقد العلني في حالة الإخفاق ومن خلال قبوله الأفكار المبتكره حتى ولو تعارضت مع أفكاره .

- تتجلى قدرة القائد ورغبته في جعل أتباعه يتصدون للمشكلات القديمة بطرق جديده وتعليمهم كيفية النظر إلى الصعوبات بوصفها مشكلات تحتاج لحل .

❖ من أبعاد القيادة التحويلية بعد وفيه يستثير القائد التحويلي تفكير مرؤوسيه.

التأثير المثالي.

الاهتمام الفردي

لدفع والالهام

التشجيع الإبداعي

❖ يستثير تفكير مرؤوسة عن طريق تشجيع التفكير الإبداعي والتجديد والعقلانية؟

المدير العام

مدير الموارد البشرية

المشرف الميداني

القائد التحويلي

❖ يستثير القائد التحويلي تفكير مرؤوسيه عن طريق تشجيع التفكير والتجديد والعقلانية

العادي

الفردي

المفتوح

الإبداعي

❖ من اهم خصائص القائد التحويلي:

القدرة على التركيز والانتباه.

- سرعة الطباعه بالحاسب الالي.
- عدم الاحساس بالآخرين.
- حدة البصر

❖ حدد بينس سمات القائد التحويلي في القدرة على اعطاء الثقة للمساعدين ولو على حساب.....

ويحدّد بينيس **Bunnis** سمات القائد التحويلي في :

- التركيز على ماهو مهم في المستقبل .
- التركيز على المعنى في الإتصال والإقناع .
- تكوين الثقة المؤسسيه .
- المقدره على قبول شخصيات المرؤوسين كما هم .
- القدره على الإقتراب والمكاشفه .
- القدره على إيجاد العدالة والتوازن في المعامله .
- القدره على إعطاء الثقة للمساعدين ولو على حساب المخاطره .
- القدره على القيام بالأعمال بدون مصادقه .

الشركة

مجلس الادارة

الدولة

المخاطرة

❖ من الوظائف التي يمارسها القائد التحويلي التركيز على التطوير.....

المستمر

العقلاني

الراشد

النسبي

❖ من الوظائف التي يمارسها القائد التحويلي هي:

- خلق علاقة مع الادارة على حساب العلاقة مع الاخرين.
- عدم مراعاة الجوانب الانسانية.

التركيز على الاداء.

عدم اشتراك الاخرين في الآراء.

الوظائف التي يمارسها القائد التحويلي :

- التركيز على العمل : عمل الأشياء وتحقيق الأهداف وحل المشكلات .
- التركيز على الأداء : تحقيق أعلى مستوى ممكن من الإنتاجية والجوده .
- التركيز على التطوير المستمر : والملموس في أهداف الجماعه .
- التركيز على العلاقات الإيجابية : داخل وخارج المنظمه من خلال :
 - ✓ تشجيع الآخرين على الصراحة والتعبير عن آرائهم .
 - ✓ التعامل مع آراء الآخرين باحترام .
 - ✓ الأمانه مع الآخرين فيما يتعلق بأفكارهم وآراءهم .
 - ✓ السعي إلى إصلاح وتعزيز العلاقة غير الرسميه مع العاملين .
- التركيز على الإتصال : مع كل أعضاء المنظمه والعلماء .
- التركيز على العمل كفريق : ببناء التعاون والتنافس لتحقيق الأهداف العامه .
- التركيز على تطوير كفايات وأعمال أعضاء المنظمه : من خلال :
 - تشجيع الأعضاء بشكل متواصل على تطوير كفاياتهم الحاليه والمستقبلية
 - تشجيع الأعضاء على التعامل بإيجابية مع بعض الأمور المحيطه
 - تعليم الأعضاء قيم الإداره النموذجيه وطرق تنفيذ الأعمال .
 - التأكيد على أن كل الأعضاء في جماعة العمل يمثلون جزءا من الأنشطة التدريبيه لتطوير أدائهم الحالي والمستقبلي .

الإهتمام الفردي : (الجزء الوحيد ماجا عليه سؤال بس حظيته احتياط)

- بمعنى الإهتمام الشخصي من قبل القائد بمرؤوسيه ، وإدراك الفروق الفرديه بينهم والتعامل مع كل موظف وفقا لظروفه الخاصه والعمل على تربيهم وإرشادهم نحو تحقيق المزيد من النمو والتطور
- القائد التحويلي يعطي اهتمامه الشخصي لحاجات كل فرد لتحقيق الإنجاز والنمو من خلال سلوكه كمدرّب وناصح ومتابع ويعامل كل فرد بصفة مستقلة ويساهم في حل مشكلاته والوقوف إلى جانبه
- ويعترف بالفروق الفرديه من حيث الإحتياجات والقدره على الأداء ويحرص على إيجاد نظام اتصال فاعل بينه وبين الأفراد ويصغي لمن يتحدث منهم إليه .
- يمارس أسلوب الإداره بالتواجد بأن يكون قريبا من العاملين .
- يقوم بتفويض بعض مهامه لتنمية قدراتهم ومتابعة تلك المهام المفوضه لتوجيه المزيد من التوجيه والدعم عند الحاجة ، مع عدم إشعارهم بالرقابه .

المحاضرة الثالثة

❖ من أهم التحديات التي تواجه المنظمة:

تحدي القيادة النسوية.

قلة الخبرة لدى الموظفين.

ضعف القوة الشرائية.

ضعف الابتكار.

من أهم التحديات التي تواجه المنظمة:

١- تسونامي المعرفة

٢- تحدي القيادة والموارد البشرية

٣- تحدي ارضاء اصحاب المصالح في ظل موارد نادرة ويشمل

٤- تحدي هندسة المعمارية التنظيمية

٥- تحدي اللعب عند نهايات الاقطاب

٦- تحدي القيادة النسوية

٧- تحدي الحفاظ على البيئة واستدامتها

❖ من أهم التحديات التي تواجه تحدي القيادة النسوية؟

المنظمة

الدول

الأسر

المدارس

❖ من أهم التحديات التي تواجه المنظمات هو تحدي الموارد البشرية و ويشمل اعتبار راس المال الفكري والثروة

الحقيقة للمنظمات

القيادة

الجماعة

الفريق

التابعين

- تحدي القيادة والموارد البشرية: ويشمل:

◀ ظهور مداخل جديدة للقيادة: التحويلية، الرسالية، النسائية... .

◀ اعتبار رأس المال الفكري الثروة الحقيقية للمنظمات

◀ ،عولمة الموارد البشرية ،

◀ ادارة العمالة المؤقتة والطارئة.

❖ تعتبر التنظيمات الافتراضية إحدى التحديات التي تواجه.....:

القيادة والموارد البشرية.

هندسة المعمارية التنظيمية.

أصحاب المصالح بالمنظمة.

جميع ما ذكر خطأ.

تحدي هندسة المعمارية التنظيمية : يشمل ظهور :

◀ التنظيمات المرنة / والتنظيمات المصفوفية .

◀ التنظيمات الشبكية / والتنظيمات المقلوبة .

◀ التنظيمات الافتراضية .

❖ من التحديات التي تواجه المنظمات في هذا العصر الحالي تحدي القيادة النسوية حيث بلغت نسبة مشاركة المرأة المصرية في

وظائف الادارة على سبيل المثال.....

تحدي قياده النسويه :

استطاعت المرأة اختراق المستويات الإدارية الوسطى لتصل إلى قمة الإدارة العليا للكثير من الشركات ، في الوقت الذي أشارت فيه دراسات إلى أن الأداء وتقييمه من قبل الرؤساء أو النظراء أو المرؤوسين والخاص بالمديرات هو أفضل منه لدى الرجال مثل قدره على تحفيز الآخرين وتشجيع الاتصالات ومهارات الإصغاء .
نسبة مشاركة المرأة المصرية في وظائف الإدارة بلغت ٢٤% . في العام ٢٠٠٩ تم تعيين أول امراه في أعلى منصب ممثل في نائب وزير التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية

%١٥

%٢٥

%٢٤

%٣٤

❖عملية فكرية تقوم على ربط المفاهيم بعضها ببعض وإدراك ما تشابه منها وما اختلف ومعرفة علاقات بعضها

البعض:

الإدارة عقل المنظمة
- **العقل** عملية فكرية تقوم على ربط المفاهيم بعضها ببعض وإدراك ما تشابه منها وما اختلف ومعرفة علاقات بعضها البعض . وسمى العقل عقلا لأنه يمنع صاحبه عن التورط في المهالك
- **وصفت الإدارة كعقل المنظمة انطلاقا** من مفاهيم العقل وممارسته مثل : التفكير ، التعقل ، المعرفة ، التذكر ، التخيل ، حل المشكلات ، **اتخاذ القرارات** ، الاستنتاج ، الاستقراء ، الخبرة ، الحكمة ، الرشد ، النقد ، الابتكار .
- **وصفت الإدارة بعقل المنظمة لأنها تحتاج** إلى كل **ممارسات** العقل التي يجب أن تكون حاضرة في جميع عملياتها وأنشطتها.

الروح.

التفكير.

العقل.

الذاكرة

❖ العقل هو عملية فكرية تقوم على ربط المفاهيم بعضها ببعض و.... ما تشابه منها وما اختلف ومعرفة علاقات بعضها

البعض؟

حذف

إضافة

إدراك

تشكيل

❖ **وصفت الإدارة بأنها عقل المنظمة لأنها تحتاج إلى كل العقل التي يجب أن تكون حاضرة في جميع عملياتها وأنشطتها.**

الإدارة عقل المنظمة

❖ **العقل** عملية فكرية تقوم على ربط المفاهيم بعضها ببعض وإدراك ما تشابه منها وما اختلف ومعرفة علاقات بعضها البعض. وسمى العقل عقلا لأنه يمنع صاحبه عن التورط في المهالك.
❖ **وصفت الإدارة كعقل المنظمة انطلاقا** من مفاهيم العقل وممارسته مثل: التفكير، التعقل، المعرفة، التذكر، التخيل، حل المشكلات، **اتخاذ القرارات**، الاستنتاج، الاستقراء، الخبرة، الحكمة، الرشد، النقد، الابتكار.
❖ **وصفت الإدارة بعقل المنظمة لأنها تحتاج إلى كل ممارسات العقل** التي يجب أن تكون حاضرة في جميع عملياتها وأنشطتها.

صفات

ممارسات

روح

تعقيدات

❖ **تعد الإدارة المنظمة لان الإدارة هي اتخاذ القرار؟**

روح

عقل

واجهه

الكل

❖ **تعد الإدارة عقل المنظمة لان الادارة هي :**

التخمين.

اتخاذ القرارات.

المخاطرة.

كل ما ذكر غير صحيح.

لماذا تعد الإدارة عقل المنظمة؟!

- (١) لأن الإدارة عملية فكرية تنعكس في الواقع في مجال التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة لإستثمار الموارد بشكل **فاعل وكفؤ لتحقيق** الأهداف .
- (٢) لأن الإدارة هي **اتخاذ القرارات** .
- (٣) لأن الإدارة هي صناعة المستقبل .
- (٤) لأن الإدارة مجال حيوي يمد المنظمة بمقومات الحياة و**البقاء** .

❖ **تعد الإدارة عقل المنظمة لأن الادارة عملية فكرية تنعكس في الواقع في مجال التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة لاستثمار الموارد بشكل وكفؤ لتحقيق الأهداف.**

سريع

فاعل

مكثف

مقبول

❖ تعد الإدارة على أنها عقل المنظمة لأن الإدارة مجال حيوي يمد المنظمة بمقومات الحياة و.....

الطلاقة

السعادة

الحيوية

اليقظة

❖ إن.....يعتبر من نتائج اعتبار الإدارة عقل المنظمة:

تأسيس منظمة متطورة إدارياً.

السرعة.

التنافس.

الإفلاس.

❖ تأسيس منظمة متطورة إدارياً يعتبر من نتائج اعتبار الإدارة.....

عقل المنظمة

روح المنظمة

قلب المنظمة

راس المنظمة

❖هو القدرة على التفكير والاستنتاج المنطقي و التوجه العقلي والألمعية و خزن المعلومات والتوصل إليها بهدف مواجهة

الصعوبات والتكيف مع الظروف الطارئة وحل المشكلات:

العقل.

الذكاء.

التفكير السليم.

الحدس.

❖ الذكاء هو القدرة على التفكير والاستنتاج المنطقي و التوجه العقلي والألمعية و خزن المعلومات والتوصل إليها بهدف مراجعة

الصعوبات و..... مع الظروف الطارئة وحل المشكلات

التكيف

المواجهة

السير

التحسن

علاقة الذكاء بالإدارة

- الذكاء هو القدره العقليه على التكيف للمواقف الجديده أو القدره على التصرف وحل المشكلات .
- الذكاء هو القدره على التفكير والإستنتاج المنطقي والتوجه العقلي والألمعية و خزن المعلومات والتوصل إليها بهدف مواجهة الصعوبات والتكيف مع الظروف الطارئة وحل المشكلات .
- الذكاء يتمثل في القدره التي تلهب عمليات عقل المنظمة (الإدارة) بالذهن المتوقد وسرعة الفهم ، وقوة الفطنه وجودة الرأي واستكشاف الأمور والجاهزية العاليه للمحافظة على المعلومات والمعارف وتحديثها وإعادة تدويرها وتهينتها للاستعمال لمواجهة المشكلات وصناعة قرارات التكيف مع ظروف البيئه .

❖ الذكاء هو القدرة على التفكير والاستنتاج ... والتوجه العقلي والألمعية و خزن المعلومات والتوصل إليها بهدف مراجعته

الصعوبات والتكيف مع الظروف الطارئة وحل المشكلات

السرير

المنطقي

البطيء

الخطاء

❖ حسب نتائج دراسة سينديرمان فان الذاكرة وثقت كعنصر هام من الذكاء بنسبة

80%

85%

70%

75%

أشارت نتائج دراسة سينديرمان (Snyderman) التي استطلعت آراء الخبراء بوجهة نظرهم في الذكاء وقياسه إلى أن الذاكرة وثقت كعنصر هام من الذكاء بنسبة (٨٠ %) والسرعة الذهنية بنسبة (٧١ %) والمعلومات العامة بنسبة (٥٩ %) ودافع الإنجاز بنسبة (١٨ %) مما يعني أهمية وحيوية الذاكرة كعنصر جوهري من الذكاء .

وتتجسد مهمات الذكاء كذاكرة لفكر الإدارة في:

❖ يمثل الذكاء قناة التدوير بما يسهم في بناء منظمه التعلم

- ◀ الذكاء مستودع المعارف والمعلومات: فلقد انشنت شركة جنرال موتورز وحدات مختصة بإدارة الذكاء.
- ◀ الذكاء مصدر لتحديث الأفكار والرؤى والمعلومات عن البيئة التنافسية (الفرص والتهديدات)، كما يسهم في التحذير من الازمات ويساعد المنظمة في المفاضلة بين اختياراتها الاستراتيجية.
- ◀ يمثل الذكاء قناة لتدوير الأفكار بما يسهم في بناء منظمة التعلم.

الأدوار

الموازنة

التخطيط

الأفكار

المحاضرة الرابعة

❖ يعرف تريكو وزيمرمان الذكاء الاستراتيجي بأنه.....لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح النتائج هامة

او قرارات حاسمة

عملية منطقية

آلية مشتركة

آلية

عملية عشوائية

❖ يعرف تريكو وزيمرمان الذكاء الاستراتيجي بأنه عملية منطقية لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح الى

نتائج

عادية

ضعيفة

قرارات حاسمة

قرارات غير....

توجد ثلاث اتجاهات في تحديد مفهوم الذكاء الاستراتيجي :

الاتجاه الأول : الذكاء الاستراتيجي عملية أو أداة لجمع المعلومات لصالح صناع القرار ، حيث يعرفه تريكو وزيمرمان بأنه **عملية منطقية** لجمع المعلومات وتنظيمها وتحليلها وفق نظام يقود بنجاح إلى نتائج هامة أو قرارات حاسمه .

الاتجاه الثاني : الذكاء الاستراتيجي وظيفة تعامل مع كل القضايا التي تؤثر في المنظمات في المدى المتوسط والطويل ، حيث يعرفه **Johansen** بأنه الوظيفة التي تختص بتحليل المنافسين أو فهم أهدافهم المستقبلية وإستراتيجياتهم الحالية .

الاتجاه الثالث : الذكاء الاستراتيجي جزء من نظام الشخصية التي يتمتع بها قادة المنظمات ، حيث يعرفه **Maccoby** بأنه ذكاء يتسم به قادة المنظمات عناصره الإستشراق ، تفكير النظم ، الرؤيه المستقبلية ، الشراكة ، القدره على تحفيز العاملين .

❖ من اهداف الذكاء الاستراتيجي:

تمكين المنظمات من الاستجابة لتغيرات البيئة.

دفع العمال لزيادة الانتاج.

زيادة وتوطيد علاقات العاملين ببعضهم البعض.

تطوير مهارة لعاملين بالإدارة الوسطى

❖ من أهداف الذكاء الاستراتيجي :

تقديم أفكار غير هادفة.

دفع العمال لزيادة الإنتاج.

زيادة وتوطيد علاقات العاملين ببعضهم البعض.

جميع ما ذكر خطأ.

أهداف الذكاء الإستراتيجي

- توفير تنبؤات وتحذيرات مبكرة بالتهديدات المحيطة بالمنظمات واتخاذ الإجراءات الوقائية منها
- **تمكين المنظمات من الإستجابة لتغيرات البيئة** الحاليه والمستقبلية بالتخطيط والتنبؤ بالنتائج .
- تشكيل القناعات لدى صناع القرارات والسياسات بوجود الوصول إلى قرارات وسياسات إبداعية .
- تطوير مهمة جمع المعلومات وتحليلها (الزبائن ، الموردين ، الشركاء) .
- تقديم الأفكار الهادفة إلى تحويل الإبتكارات والإختراعات إلى سلع قابلة للتداول .
- توفير معلومات استراتيجيه تمكن المنظمات من فهم التهديدات المحيطة بها حالياً ومستقبلياً.

❖ اهداف الذكاء الاستراتيجي توفير معلومات استراتيجية تمكن المنظمات من المحيطة بها حالي او مستقبلياً.

فهم التهديدات

معالجة القضايا

مراجعة المشاكل

جميع ما ذكر خطأ

❖ من أهداف الذكاء الاستراتيجي تمكين المنظمات من الاستجابة لتغيرات البيئة الحالية والمستقبلية بالتخطيط و.....

التنبؤ بالنتائج

تحليل الوظائف

مراجعته السوق

التوصيف الجيد للوظائف

❖ من ... الذكاء الاستراتيجي تمكين المنظمات من الاستجابة لتغيرات البيئة؟

اهداف

واجبات

صلاحيات

مقدرات

❖ من عناصر الذكاء الاستراتيجي:

القدرة التكنولوجية

الدافعية.

القدرة المالية.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ من عناصر الذكاء الاستراتيجي:

القدرة التكنولوجية.

الشراكة.

القدرة المالية.

جميع ما ذكر صحيح.

عناصر الذكاء الاستراتيجي



❖ تعتبر الدافعية من الذكاء الاستراتيجي؟

مشاريع

عناصر

برامج

تحديات

❖ تعبر الرؤية المستقبلية عن:

قدرة القائد على اقامة تحالفات استراتيجية.

قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشيء حصل سابقا وينتظر نتيجته.

الرؤيا المنامية.

القدرة على توليف ودمج العناصر اكثر من فصلها الى اجزاء ثم تحليلها

❖ تعبر الرؤية المستقبلية عن قدره القائد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشي حدث سابقاً وينتظر....؟ ص ١٩

حدوثه مره اخرى

نتيجته

توقفه

دمجه

❖ و يبرز دور الرؤية كعنصر للذكاء الاستراتيجي للقادة الناجحين كونها تساعد في مجابهة تحديات ادارة العمل المعرفي و.....

النوعي

الجودة

رأس المال الفكري

التقني

الرؤية المستقبلية

✓ تعبر الرؤية على قدرة الفرد على رؤية التطورات قبل حدوثها والذي يرتبط بشيء حصل سابقا وينتظر نتيجته.

✓ و يبرز دور الرؤية كعنصر للذكاء الاستراتيجي للقادة الناجحين كونها:

- ١- أحد سمات المدير الاستراتيجي ومحور القيادة الاستراتيجية.
- ٢- تساعد في مجابهة تحديات إدارة العمل المعرفي ورأس المال الفكري.
- ٣- مفتاح النجاح في التغيير الاستراتيجي

❖ عن قدرة القادة على دفع وتحفيز الافراد على الايمان بهدف عام يجمعهم تنفيذه:

الابداع.

الحدس العام.

الدافعية.

التوجه

❖ الدافعية تعني قدرة على دفع وتحفيز الافراد على الإيمان بهدف عام يجمعهم تنفيذه؟

الموظفين

التابعين

القادة

المسؤولين

الدافعية

تعكس الدافعية كأحد عناصر الذكاء الاستراتيجي قدرة القائد على دفع وتحفيز الأفراد على الإيمان بهدف عام يجمعهم تنفيذه.

❖ يعبر... عن القدرة على توليف ودمج العناصر أكثر من فصلها إلى أجزاء ثم تحليلها:

التفكير بمنطق النظم.

الاستشراف.

الرؤية المستقبلية.

الرؤية المنامية

التفكير بمنطق منظم

- ◀ يعبر عن القدرة على توليف ودمج العناصر أكثر من فصلها إلى أجزاء ثم تحليلها
- ◀ هو دراسة الأجزاء من حيث علاقتها بالكل، والتركيز على أسلوب تفاعلها مع بعضها ثم تقييمها من حيث نجاحها في خدمة أهداف النظام.
- ◀ يساعد تفكير النظم القادة الناجحين كونه :
 - (أ) إطار للتفكير الاستراتيجي وأسلوب لمجابهة تعقيدات البيئة.
 - (ب) طريقة للتعلم واكتساب المعرفة.
 - (ج) فرصة لمشاركة الأفراد وفرق العمل في تحليل المشكلات.

❖ يعبر التفكير بمنطق النظم عن القدرة على ودمج العناصر أكثر منفصلها إلى أجزاء ثم تحليلها

توليف

تعريف

تحديث

بناء

❖ تعبر.... على قدرة القائد على إقامة تحالفات استراتيجية :

الاستشراف.

الشراكة.

الدعاية.

الرؤية.

❖ تعبر الشراكة على قدرة القائد على إقامة استراتيجيات

تحالفات

رؤية

أهداف

جماعات

❖ يعبر..... عن عناصر الذكاء الاستراتيجي على قدرة القادة على التفكير في نسق مفتوح وعلى إعادة تشكيل عناصر الخبرة في

اشكال جديدة.

الدافعية

الابداع

الحدس

الاستشراف

❖ يعرف الأبداع كعنصر من عناصر الذكاء الاستراتيجي على أنه قدرة القادة على التفكير في نسق.....

مفتوح

واحد

مغلق

عالي

❖ من عناصر الذكاء الاستراتيجي ويعني قدرة متخذ القرار على الأستجابة السريعة بأعتماد الظن والتخمين المتكون من

الخبرة الشخصية.

الدافعية

الأبداع

الجدس

الاستشراق

في عنصر ماجا عليه سؤال واحتمال كبير يجي منه سؤال >> في الترم الأول كان مكتوب عنصرين و توقع الدفعه طلع صح و اجا سؤال عالحدهس فا ممكن احنا دفعة العصامية و المتهورين يجي سؤال على الاستشراق هو يلي ضايل الإستشراق (البصيره)

أي إمكانية إسقاط حالة العالم الراهنه على المستقبل إبصار تطوره مستقبلا ، وتمييز ما يمكن تجنبه والتأثير فيه والسيطره عليه . وتظهر أهمية هذا العنصر في توظيف الذكاء الإستراتيجي لقادة المنظمات في المجالات التاليه :

(أ) اعتماد التوقع في ادارة التغييرات البينيه بأسلوب هادئ ومنظم .

(ب) نجاح القاده في اعتماد السيناريوهات .

(ج) استيعاب القاده للعمليات المنظميه الرئيسييه .

يوصف القادة الأذكياء استراتيجيا بأنهم ذوي حكمه و..... ويحفزون الآخريين على الأداء المتميزة

أستقامه

سرعة

استعجال

بطش

وبشكل عام يوصف القادة الانكياء استراتيجيا بالتالي:

- ◀ انهم كالمحاربين يتصرفون بحسم (يقولون ويفعلون)، ويتمتعون بقدرات استراتيجية عالية، ووضوح في التفكير.
- ◀ هم ذو حكمة واستقامة، ويحفزون الآخريين على الاداء المتميز، فضلا عن ادارة الصراعات المنظمة بثقة وسيطرة عالية.
- ◀ انهم لا يعتمدون طرائق تقليدية في توظيف عقولهم في الاستجابة للتغيرات البيئية والتحديات المحيطة بمنظمتهم.
- ◀ حرصهم على التميز في استخدام مواردهم الفكرية والموارد المادية لمنظمتهم، وتفكيرهم بأساليب مبدعة.
- ◀ التمتع بثقة عالية بالنفس، واستقامة طبيعية تعزز فيهم مهارات التركيز الاستراتيجي الطويل الامد وتلهم من يعملون معهم مزيدا من الابداع.

المحاضرة الخامسة

❖هي خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة:

الحالة البركانية

الازمة.

التقلبات البيئية.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ الازمة هي خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير...؟

متحركة

مستقرة

القادة

الزبائن

❖ هي خلل مفاجئ نتيجة لأوضاع غير مستقرة يترتب عليها تطورات غير متوقعة نتيجة عدم القدرة على احتوائها من قبل

الأطراف المعنية وغالبا ما تكون بفعل الإنسان:

الحالة البركانية.

الانفجار.

التقلبات البيئية.

جميع ما ذكر خطأ.

تعريف الأزمه :

- ◻ الأزمه عباره عن خلل يؤثر تأثيرا ماديا على النظام بأكمله كما أنه يهدد الإفتراضات الرئيسييه التي يقوم عليها هذا النظام .
- ◻ الأزمه هي حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرارا ينتج عنه مواقف جديده سلبيه كانت أم ايجابيه تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقه .
- ◻ الأزمه هي موقف يواجهه صناع القرار في المنظمه وتتلاقق فيه الأحداث وتتشابك الأسباب بالنتائج ويزيد الأمر سوءا إذا ضاعت أو ضعفت قدرة صناع القرار في السيطرة على ذلك الموقف وعلى اتجاهاته المستقبليه .

❖ الأزمة هي خلل نتيجة لأوضاع غير مستقرة يترتب عليها تطورات غير متوقعة نتيجة عدم القدرة على احتوائها من قبل

الأطراف المعنية وغالبا ما تكون بفعل الإنسان :

تعريف الأزمة :

- ❑ الأزمة هي وقوع خلل مفاجئ وخطير يضرب السلوك المعتاد لمنظومة العمل في المنظمة ، ويتضمن خطرا وتهديدا مباشرا وكبيرا لإستمرار المنظمة ولأصحاب المصالح في المنظمة مما يتطلب تدخلا سريعا وقويا من إدارة المنظمة .
- ❑ الأزمة هي موقف يواجهه الأفراد أو الجماعة أو المنظمة ويكونون غير قادرين على أن يتغلبوا عليه باستخدام الإجراءات العادية الروتينية وهذا الموقف يؤدي إلى توليد وتكوين ضغط عمل نتيجة التغيير المفاجئ .
- ❑ الأزمة هي حدث مفاجئ غير متوقع يؤدي إلى نتائج سلبية ويؤدي إلى وقوع خسائر في الموارد البشرية والموارد المالية للمنظمة .

مفاجئ

سريع

خطير

معقد

خصائص الأزمة :

- التعقيد والتشابك والتداخل في عناصرها وأسبابها وقوى المصالح المؤيدة والمعارضة .
- **المفاجأة في حدوثها** من حيث المكان أو الزمان أو من حيث المبدأ .
- وجود مجموعة من القوى ذات الإتجاهات الضاغطة على الكيان الإداري وعلى اتخاذ القرار لإملاء إرادتها (ضغوط نفسية أو مادية أو اجتماعية) .
- أن مصدر الخطر أو الأزمة يشكل تهديدا لمصالح الكيان الإداري واستمراره في أداءه الوظيفي وأهدافه وأمنه واستقراره .
- أن مواجهتها تتطلب خروجا عن الأنماط التنظيمية المألوفة واستخدام وسائل غير عادية كما يمكن الإستعانة بقوى خارجيه أحيانا للمساعدة في حل الأزمة .
- أنها تسبب في بدايتها صدمة ودرجه عاليه من التوتر مما يضعف إمكانيات العقل السريع لمجابهتها بسبب **قلة الخبره** .
- **تصاعدها المفاجئ** يؤدي بمتخذ القرار إلى الحيره البالغه والعجز في مجابهة الاحداث المتسارعة لنقص المعلومات أو عدم دقتها .
- أن مجابهة الأزمة تعد واجبا مصيريا على الكل لأنها تمثل تهديدا على النظام بأكمله .

❖ من اهم خصائص الازمات:

المفاجأة في حدوثها.

التأخر في حدوثها.

التنبؤ قبل حدوثها.

التكرار.

❖ من اهم ... الازمات المفاجأة في حدوثها؟

خصائص

مؤشرات

طرق

اساليب

❖ للأزمة يؤدي بمتخذ القرار إلى الحيره البالغه والعجز في مجابهة الأحداث المتسارعة لنقص المعلومات أو عدم دقتها :

التصاعد المفاجئ:

التهديد.

الصدمة.

الضغط.

❖ من خصائص الأزمة أنها تسبب في بدايتها صدمة ودرجة عالية من التوتر مما يضعف إمكانيات العقل السريع لمجابهتها بسبب

.....

قلة الخبرة

الضعف

الانشغال

التردد

❖ من اهم اسباب الازمات:

اليأس.

سوء التقدير والتقييم.

الادارة العشوائية.

جميع ما ذكر صحيح.

أسباب الأزمات:

- ١- سوء الفهم الراجع لخطأ في استقبال المعلومات المتاحة : بسبب قلة المعلومات وضعف اشارات الإنذار عن الأزمة ، عدم قدره على جمع المعلومات ، تداخل وتشويش المعلومات ، المعلومات المبتوره .
- ٢- سوء الإدراك : الإدراك غير السليم لمتخذ القرار يؤدي إلى التسرع في إصدار القرارات أو الحكم على الأمور قبل تبين حقيقتها وبالتالي سوء التصرف وضعف القرار .
- ٣- سوء التقدير والتقديم : بسبب الإفراط في الثقة ، سوء تقدير قوة الطرف الآخر ، المغالاة في قيمة المعلومات الخاصة بالأزمة ، عدم تحليل المعلومات ، التأثير بالشعارات الوهميه (نحن الأقوى ، نحن الأفضل) .
- ٤- الإدارة العشوائية : كسوء التخطيط ، عدم احترام الهيكل التنظيمي ، قصور في التوجيه وعدم التنسيق ، وإشاعة الصراع الداخلي بين الأفراد والمنظمة وغياب الرقابة .
- ٥- الرغبة في الإبتزاز : حيث تقوم جماعات الضغط والمصالح باستخدامه لجني مكاسب غير عادله من المنظمه حيث تلجأ إلى صنع الأزمات المتتاليه للكيان الإداري .
- ٦- اليأس : لدى فئة معينه مما يؤدي إلى الإحباط وعدم الرغبة في إتخاذ القرار والتطوير .
- ٧- الإشاعات : التي يتم إطلاقها وتوظيفها وتسخيرها باستخدام مجموعة حقائق صادقه قد حدثت فعلا ومن أسباب ظهور الإشاعات :
 - انعدام الحقائق لدى الناس .
 - وجود أطماع لدى الغير .
 - سوء الإدارة .
 - عدم مواجهة الأزمة .
- ٨- استعراض القوة : تستخدمه الكيانات الكبيره لتحجيم الكيانات الصغيره الطموحه
- ٩- الأخطاء البشريه : أي الأخطاء التي يكون مصدرها الإنسان .
- ١٠- الأزمات المخطئه : أو الإختراقات حيث تعمل بعض القوى المنافسه على تتبع عمليات التشغيل ، ومراحل الإنتاج والتوزيع ومن ثم أحداث الأزمة المخطئه (اختراق شركة أرامكو في رمضان ١٤٣٣) .
- ١١- تعارض الأهداف : بين الأطراف المختلفه التي يجمعها عمل مشترك ، فكل طرف ينظر إلى العمل من زاويته .
- ١٢- تعارض المصالح : بين الأفراد أو الجماعات أو الدول .

❖ من أهم أسباب الأزمات ما يلي:

الحماس.

سوء التقدير والتقييم.

الإدارة الرشيدة.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ من اهم الازمات سوء التقدير والتقييم؟

مكونات

اسباب

معالجات

انواع

❖ من اسباب ظهور الإشاعات:

انعدام الحقائق لدى الناس.

وجود اطماع لدى الغير.

سوء الادارة.

جميع ما ذكر صحيح.

❖ يعد انعدام الحقائق بين الناس من اسباب ظهور

الإشاعات

عدم الرضا الوظيفي

التكاسل عن العمل

جميع ما ذكر صحيح .

❖ من اسباب حدوث الأزمات بين الافراد او الجماعات و الدول

تعارض المصالح

التماسك

تبادل المصالح

قلة الاحتكاك

ممن أسباب حدوث الأزمة حيث تقوم جماعات الضغط والمصالح باستخدامه لجني مكاسب غير عادلة من المنظمة، حيث تلجأ الى صنع الازمات المتتاليه للكيان الاداري.

سوء التقدير

سوء الادراك

الادارة العشوائية

الرغبة في الإبتزاز

❖ من أسباب حدوث الأزمة الياس لدى فئة معينة.. مما يؤدي إلى الأحباط وعدم الرغبة في ... والتطوير.

التعلم

اتخاذ القرار

التقليد

المراجعة

❖ تمثل الأزمة الزاحفة نوعا مهما من انواع الازمات ومثال لها.....

أزمة الديون الخارجية

ازمة الرهائن

أزمة الامطار

جميع ما اذكر خطأ

❖ تعتبر الأزمة الضمنية المستترة من أخطر الأزمات بسبب غموض أسبابها وعناصرها ومثال لها

أزمة الأمطار

أزمة الثقة في الجهاز المصرفي

ازمة الرهائن

أزمة الاختبارات.

المعيار	الأنواع
التكرار	ازمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث مثل أزمة المياه في الصيف .
	ازمة فجائية غير متكرره مثل الأمطار ، الفيضانات .
العمق	ازمة عميقة جوهريه هيكلية التأثير – ازمة سطحية غير عميقة هامشية التأثير .
المظهر	الازمة الزاحفة مثل أزمة الديون الخارجية .
	الازمة العنيفة الفجائية مثل أزمة الرهائن .
	الازمة الصريحة العنيفة او المفتوحة مثل ازمات التموين .
	الازمة الضمنية المستترة وهي أخطر الأزمات بسبب غموض أسبابها وعناصرها مثل أزمة الثقة في الجهاز المصرفي .
المدد الزمنية	ازمة طويلة الأمد – أزمة قصيرة الأمد .
الهدف	ازمة غير عمديه – أزمة عمديه .
المستوى	محليه – أقليميه – دوليه – المنظمه .

❖ من أنواع الأزمات المعنوية:

أزمة الديون.

تدهور الانتماء.

ظهور وباء.

أزمة العمالة.

❖ يمكن اعتبار الأزمة حدث نتيجة لوفاه مدبر ادارة التسويق على سبيل المثال نوع

النوع	أمثله
الأزمات المتكررة	انخفاض حاد في المبيعات - إنتاج سلع فاسده أو غير مطابقه للمواصفات - أزمة الديون - أزمة الإقتراض من البنوك - عدم توفر السيولة - أزمة العماله .
الأزمات المعنوية	أزمة الثقة - تدهور الولاء - عدم رضاء العاملين واستيائهم - ياس البعض - تدهور الإلتزام - انخفاض الروح المعنويه .
الأزمات البسيطة	الإشاعات الداخليه المحدوده - عمل تخريبي في بعض أجزاء الكيان الإداري - إضراب عمال أحد الأقسام في الشركه - وفاة مدير إدارة أو استقالته - عطل في خط إنتاج .
أزمات جزئيه	حريق في أحد عتابر الإنتاج - اعتصام لبعض العاملين في أحد الأقسام - تدهور العمل في أحد الأقسام - انخفاض الروح المعنويه في إحدى الإدارات - ظهور وباء في أحد المدن الصغيره - تسمم في إحدى المدارس .
الأزمات المتكرره	انخفاض الطلب على المشروعات في الشتاء - أزمة عدم توافر القوى العامله في موسم الحصاد - عدم الإحتياج للعاملين في شهور معينه دورياً - كساد عال كل 10 سنوات - أزمات الصقيع التي تهدد

الأزمات المادية

الأزمات المتكررة

الأزمات البسيطة

الأزمات المعنوية

❖ من أخطر مراحل الأزمات هي مرحلة.

النضج:

الميلاد والظهور.

الانحسار والتقلص.

النمو والانتعاش.

❖ يعتبر النضج من مراحل الأزمات ..

أخطر

أسهل

أبسط

أسرع

مراحل تطور الأزمات :

١- **مرحلة الميلاد والظهور :**

- في هذه المرحلة تبدأ الأزمة في الظهور لأول مره في شكل إحساس مبهم قلق بوجود شئ ما ، وينذر بخطر غريب غير محدد المعالم أو الإتجاه أو الحجم أو المدى الذي سيصل إليه .
- الأزمة غالباً لا تنشأ من فراغ وإنما هي نتيجة لمشكلة ما لم يتم معالجتها بالشكل الملائم .
- يكون إدراك متخذ القرار وخبرته ومدى نفاذ بصيرته ، هي العوامل الأساسية في التعامل مع الأزمة في مرحلة الميلاد ، ويكون محور هذا التعامل هو " تنفيس الأزمة " وإفقادها مرتكزات النمو ومن ثم تجميدها أو القضاء عليها في هذه المرحلة دون أن تحقق أي خساره - تكون عملية التنفيس في محورها العام هي :

١- خلق محور اهتمام جديد يغطي على الإهتمام بالأزمة ويحولها إلى شئ ثانوي

٢- معرفة أين تكمن عواملها والتعامل معها بالعلاج الناجح .

٣- امتصاص قوة الدفع المحركه للأزمة وتشتيت جهودها في نواحي أخرى .

٢- **مرحلة النمو والانتعاش :**

- تنشأ نتيجة لعدم معالجة المرحلة الأولى في الوقت المناسب حيث تأخذ الأزمة في النمو والانتعاش من خلال نوعين من المحفزات هما

- مغذيات ومحفزات ذاتيه مستمدة من ذات الأزمة .

- مغذيات ومحفزات خارجيه استقطبتها الأزمة وتفاعلت معها .

- ضمن هذه المرحلة يتعاظم الإحساس بالأزمة ولا يستطيع متخذ القرار أن ينكر وجودها أو يتجاهلها نظراً لوجود ضغط مباشر يزداد ثقله يوماً بعد يوم فضلاً عن دخول أطراف جديده إلى مجال الإحساس بالأزمة سواء لأن خطرهما امتد إليهم أو لخوفهم من نتائجها أو من أن خطرهما سوف يصل إليهم .

- في هذه المرحلة يكون على متخذ القرار التدخل على النحو التالي :

◀ عزل العناصر الخارجيه المدعمه للأزمة ، سواء بإستقطابها أو خلق تعارض مصالح بينها وبين استفحال الأزمة

◀ تجميد نمو الأزمة بإيقافها عند المستوى الذي وصلت إليه .

٣- **مرحلة النضج**

١. تعد من أخطر مراحل الأزمة، ومن النادر أن تصل الأزمة إلى مثل هذه المرحلة، وتحدث عندما يكون متخذ القرار الإداري على درجة كبيرة من الجهل والتخلف والاستبداد برأيه.

٢. تصل الأزمة خلال هذه المرحلة إلى أقصى قوتها وعنفها، وتصبح السيطرة عليها مستحيلة ولا مفر من الصدام العنيف معها.

٣. قد تكون الأزمة بالغة الشدة، شديدة القوة تطيح بمتخذ القرار وبالمؤسسة أو المشروع الذي يعمل فيه، أو أن يكون متخذ القرار قد استطاع بدهاء تحويل مسار الأزمة الى اتجاه آخر.

٤- **مرحلة الانحسار والتقلص.**

❖ تبدأ الأزمة بالانحسار والتقلص نتيجة للصدام العنيف الذي تم اتخاذه والذي يفقدها جزءاً هاماً من قوتها.

❖ بعض الأزمات تتجدد لها قوة دفع أخرى، عندما يفشل الصدام في تحقيق أهدافه وتصبح الأزمات في هذه الحالة كأموج البحر، موجة تندفع وراء موجة.

٥- **مرحلة الاختفاء أو ما بعد الأزمة**

❖ تصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل شبه كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الإهتمام بها والحديث عنها.

❖ من الضرورة الاستفادة من الدروس المستفادة منها لتلافي ما قد يحدث مستقبلاً من سلبيات.

❖ انحسار الأزمة يعد دافعاً للكيان الذي حدثت فيه لإعادة البناء وليس لإعادة التكيف، فالتكيف يصبح أمراً مرفوضاً وغير مقبول لأنه سيبقى على آثار ونتائج الأزمة بعد انحسارها، أما إعادة البناء فيتصل أساساً بعلاج هذه الآثار والنتائج ومن ثم استعادة فاعلية الكيان وأدائه وإكسابه مناعة أو خبرة في التعامل مع أسباب ونتائج هذا النوع من الأزمات.

المحاضرة السادسة

❖ إدارة الأزمات تعني الأعداد والتقدير..... للمشكلات الداخلية والخارجية التي تهدد خطيره سمعه المنظمة وربحيته أو بقائها في

- ◀ هي مجموعة الاستعدادات والجهود الادارية التي تبذل لمواجهة او الحد من الدمار المترتب على الازمة.
- ◀ تتطلب ادارة الازمة من المديرين ضرورة التفكير فيما يمكن التفكير فيه، وتوقع ما لا يمكن توقعه.
- ◀ ادارة الازمة هي ادارة العمليات اثناء حدوث الازمة الحقيقية مثل عمليات الاخلاء من الحرائق واغلاق المحلات او سحب المنتجات من السوق.
- ◀ **ادارة الازمة تعني الاعداد والتقدير المنظم للمشكلات الداخلية والخارجية التي تهدد بدرجة خطيرة سمعة المنظمة وربحيته او بقائها في السوق.**
- ◀ هي قدرة المنظمة على التعامل بسرعة وكفاءة وفاعلية مع العمليات الموقفية، هدفها تقليل المخاطر على صحة الإنسان وسلامته وأمنه، وعلى الملكيات العامة والملكيات الخاصة، او منعها وتقليل الآثار السلبية على عمليات وأعمال المنظمة.
- ◀ ادارة الازمة تعني القدرة على ادارة الشركة قبل واثناء وبعد الازمة ، مما يعني ضرورة وجود خطة وبرنامج ونظام مصمم مسبقا.
- ◀ ادارة الازمة نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن الإدارة من التنبؤ بأماكن واتجاهات الأزمات المتوقعة، وتهينة المناخ المناسب للتعامل معها، عن طريق اتخاذ التدابير للتحكم في الأزمات المتوقعة والقضاء عليها أو تغيير مسارها لصالح المنظمة.

السوق

الشعوائى

الجماعي

السرير

المنظم

❖ يطلق على علم صناعة

الازمات للتحكم و السيطرة على الآخرين :

الادارة بالأهداف.

الادارة العلمية.

الادارة بالتفاصيل.

الادارة بالأزمات.

❖ يطلق على الإدارة بالأزمات علم الأزمات للتحكم والسيطرة على الآخرين

- الإدارة بالأزمات (Management by Crisis)**
- تقوم على افتعال الأزمات وإيجادها من عدم كوسيله للتغطية والتمويه على المشاكل القائمة التي تواجه الكيان الإداري ، فمسيان مشكلة ما يتم فقط عندما تحدث مشكلة أكبر وأشد تأثيرا .
 - تعتمد الإدارة بالأزمات على صناعة الأزمة ، بصوره حقيقيه أو بصوره مفتعله ويمكن ذلك من خلال التخطيط لخلق الأزمة ثم استثمارها أو استثمار الفرص التي يمكن أن تنتج من أزمة حقيقيه لتحقيق بعض الأهداف التي كان يصعب تحقيقها في الظروف العادية .
 - يطلق على الإدارة بالأزمات **علم صناعة الأزمات للتحكم والسيطرة على الآخرين** ، وهو فن مستخدم يهدف إلى السيطرة على الآخرين وإخضاعهم وابتزازهم

مكافحة

دراسة

صناعة

تجنب

❖ من أهم مواصفات الإدارة بالأزمات :

عدم الجاهزية.

الضعف في توزيع الأدوار.

تهيئة المسرح الأزموي.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ تعتبر عملية من أهم مواصفات الإدارة بالأزمات

الأعداد المبكر.

التجاهل

رفض المبررات

جميع ما ذكر خطأ

❖ من مبادئ التعامل مع الازمة هو:

التعاون في معالجة الازمة.

جاهل الازمة.

اتخاذ القرار الفردي في معالجة الازمة.

جميع ما ذكر خطأ.

ومن أهم مواصفات الادارة بالازمات :

- الإعداد المبكر .
- تهيئة المسرح الأزموي .
- توزيع الأدوار على قوى صنع الأزمة .
- اختيار التوقيت المناسب لتفجيرها .
- إيجاد المبرر والذريعة لهذا التفجير .

مبادئ التعامل مع الأزمة

- توخي الهدف : على مدير الأزمة توخي الهدف الذي كثيرا ما يكون غامضا .
- الإحتفاظ بحرية الحركة وعنصر المبادرة .
- المباغتة التي تؤمن السيطرة على الأزمة وشل حركة القوى الصانعة لها .
- الحشد وجمع القوة اللازمة لمعالجة الأزمة .
- التعاون في معالجة الأزمة .
- الإقتصاد في استخدام القوى .
- التفوق في السيطرة على الأحداث .

❖ التعاون في معالجة الأزمة يمثل أهم التعامل معها ؟

انواع

خصائص

صفات

مبادئ

❖ من المبادئ المتبعة في التعامل مع الأزمة والتي تؤمن السيطرة على الأزمة وتناثر حركة القوة الصانعه لها .

المباغته

التعاون

التفوق

توخي الهدف

❖ من الاستراتيجيات المستخدمة لمواجهة الأزمة استراتيجية وقف النمو والتي تقوم على مبدأبذل الجهد لمنع التدهور .

قبول الامر الواقع

المواجهة

التجاهل

الحل السلمي

❖ من أنواع الاستراتيجيات المستخدمة لمواجهة الأزمة استراتيجية ويتم استخدامها في حالة مواجهة أزمة مجهولة .

العنف

التقدير

التسامح

التأقلم

من الاستراتيجيات المتبعة في مواجهة الأزمة استراتيجية وتصلح مع الأزمات الجارفة التي يصعب الوقوف أمامها

التجزئة

تغيير مسار الأزمة

وقف النمو

العنف

استراتيجيات مواجهة الأزمة

- استراتيجية العنف : يتم استخدامها في حالة :

١ . مواجهة أزمة مجهولة

٢ . مواجهة أزمة متعلقه بالقيم

٣ . في حالة الإنتشار السريع .

- استراتيجية وقف النمو : تقوم على مبدأ قبول الأمر الواقع وبذل الجهد لمنع التدهور وضمان عدم

الوصول إلى الانفجار ، وتستخدم في حالة :

١ . المواجهة مع قوى كبيرة الحجم ومتشعبه .

٢ . قضايا الرأي العام والجماهير .

٣ . الإضرابات العماليه .

- استراتيجية التجزئه : تقوم على التحليل الدقيق والشامل بهدف تجزئتها إلى أجزاء من خلال

١ . ضرب الروابط المجمعه للأزمات .

٢ . تحويل العناصر المتحده إلى عناصر متعارضه .

- استراتيجية إجهاض الفكر والقيم والاتجاهات التي يقف وراء الأزمة من خلال التشكيك فيها والتحالف

مع بعض العناصر المرتبطه بها بشكل ضعيف .

- استراتيجية تصعيد الأزمة : من خلال دفع القوى المشاركه في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمه

تظهر فيها الخلافات وتسرع بالصراع بينها .

- استراتيجية تغيير مسار الأزمة : تصلح مع الأزمات الجارفة التي يصعب الوقوف أمامها .

❖ تعمل استراتيجية..... من خلال دفع القوى المشاركة في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمة تظهر فيها الخلافات وتسرع

بالصراع بينها

العنف

تصعيد الأزمة

تغيير مسار الأزمة

التجزئة

المحاضرة السابعة

❖ يعرف التسويق الأخضر بأنه:

بيع المنتجات و الخدمات بالأقسام.

بيع المنتجات و الخدمات التي تتسم في كونها صديقة للبيئة.

بيع المنتجات و الخدمات رخيصة الثمن.

بيع الخضروات.

❖ يهدف التسويق الأخضر الى تحقيق الموازنة بين :

حاجات الزبائن و متطلبات البيئة وهدف الربحية.

حاجات العاملين و الادارة وهدف الربحية.

حاجات الزبائن الجدد.

جميع ما ذكر صحيح.

❖ عرفت.....التسويق الأخضر بأنه تسويق المنتجات التي تعتبر صديقة للبيئة و ان تكون آمنة :

جمعية التسويق الأمريكية.

جمعية التسويق الأوروبية.

الجمعية السعودية للتسويق.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ يعرف التسويق الأخضر على أنه مدخل إداري مبدع يهدف الى تحقيق الموازنة ما بين حاجات الزبائن و متطلبات.....وهدف

الربحية :

العمال.

أصحاب المصالح.

البيئة.

السوق.

❖ يعرف التسويق بأنه بيع المنتجات و الخدمات التي تتسم في كونها صديقه للبيئة؟

التقليدي

الأخضر

الالكتروني

المباشر

❖ يعرف التسويق الأخضر على أنه مدخل إداري مبدع يهدف الى تحقيق ما بين حاجات الزبائن ومتطلبات البيئة وهدف الربحية :

الموازنة

التنسيق

المنافسة

التعارض

❖ هناك عدد من الأشياء التي دفعت أنصار البيئة الى أخذ دور مهم في حماية البيئة منها :
اهتمام أصحاب الشركات بالبيئة.

الاستهلاك الفاحش وغير المنظم للموارد الطبيعية.

الاستهلاك المنظم للموارد الطبيعية.

غير موجود في تصوير الاسئلة.

❖ هنالك عدد من الأشياء التي دفعت الى أخذ دور مهم في حماية البيئة منها الاستهلاك الفاحش وغير المنظم للموارد الطبيعية:

أنصار البيئة

أصحاب البيئة

اعداء البيئة

جميع ما ذكر صحيح

هناك عدد من الأشياء التي دفعت أنصار البيئة الى أخذ دور مهم في منها الاستهلاك الفاحش وغير المنظم للموارد الطبيعية:

حماية البيئة

المنافسة

محااربة البيئة

الادارة

مببرات ظهور التسويق الأخضر

◀ ضعف الوعي لدى أغلب المنظمات وعدم الإهتمام بالبيئة والإستهلاك الفاحش وغير المنظم للموارد الطبيعية دفعت أنصار البيئة إلى الأخذ دور مهم في حماية البيئة.

◀ ويرى كوتلر (Kotler) أنه على المسوقين أن يكونوا واعيين ومدركين للتهديدات والفرص الموجودة في البيئة الطبيعية والمرفقه بالتوجهات التالية :

١. تناقص الموارد الأولية.
٢. ارتفاع تكلفة الطاقة.
٣. ارتفاع مستوى التلوث.
٤. تغيير دور الحكومات.

❖ الحركة حركه اجتماعية تهدف الى تثبيت حقوق الافراد والمستهلكين وتذكير المتسوقين بمسؤولياتهم الاجتماعية

الاستهلاكية

الترويجية

التسويقية

التصحيحية

❖ ظهر مصطلح التسويق الأخضر لأول مره في ورشة العمل التي اقامتها عام ١٩٥٧ ص ٣١

جميعه حقوق المستهلك

جميعه حماية البيئة

جمعيه التسويق الامريكانيه

منظمه الصحة العالميه

مراحل تطور التسويق الأخضر
١-مرحلة المسؤولية الاجتماعية والتسويق: حيث أصبح التسويق أحد المجالات التي تمارس المنظمة من خلالها المسؤولية الاجتماعية من خلال توجيه التسويق للاهتمام بمشكلات المجتمع.

٢- مرحلة الحركة الاستهلاكية والتوجه البيئي:

- ❖ **الحركة الاستهلاكية حركة اجتماعية تهدف الى تثبيت حقوق الافراد** والمستهلكين وتذكير المسوقين بمسؤولياتهم الاجتماعية.
- ❖ عرفت على انها قوة المجتمع المرتبطة مع البيئة الخارجية والموجهة نحو تصرفات بعض منظمات الاعمال، ومن اهم اهدافها:
 ١. حماية المستهلك تجاه اساليب الخداع والتضليل اثناء البيع من قبل المنتجين او الوسطاء.
 ٢. التعهد بالالتزام بحقوق المستهلك وحمايته من التلاعب في السلع التي يحتاجها.
 ٣. تقديم المساعدة لذوي الدخل المنخفض بالسلع التي يحتاجونها.
 ٤. التعاون مع منظمات الاعمال في تقديم المعلومات المتعلقة بالمستهلك والتي يتعذر على المنظمات لحصول عليها.

٣- مرحلة التسويق الاخضر:

- ❖ **ظهر مصطلح التسويق الاخضر لأول مرة في ورشة العمل التي اقامتها جمعية التسويق الامريكية عام ١٩٧٥** والتي من نتائجها المباشرة صدور اول كتاب يعني بالتسويق الاخضر تحت عنوان التسويق الايكولوجي (الاجياني).
- ❖ في بداية الثمانينات تغير سلوك منظمات الاعمال في تعاملها الانتاجي والتسويقي بمراعاة الجوانب الاجتماعية للمستهلك والمسؤولية البيئية ضمن التعامل مع منتجاتها المقدمة للسوق.
- ❖ مع ٢٠٠٩ بدأت المناداة بضرورة التحول من الاقتصاد التقليدي الى الاقتصاد الاخضر بإقامة مشاريع صديقة للبيئة تعتمد على مصادر بديلة للطاقة.

❖ من معوقات تطبيق التسويق الاخضر ما يلي: -

قلة خبرة رجال البيع.

الارتفاع النسبي لأسعار المنتجات الخضراء بسبب اعتمادها على الموارد الطبيعية

عدم وجود موزعين.

عدم وجود مروجين.

❖ من معوقات تطبيق التسويق الأخضر ما يلي.....

ارتفاع أسعار المنتجات الخضراء

عدم وجود موزعين

عدم وجود مروجين

قلة خبرة رجال البيع

❖ من معوقات التسويق الأخضر الارتفاع النسبي لأسعار المنتجات الخضراء بسبب اعتمادها على الموارد الطبيعية؟

تطوير

تطبيق

تجهيز

تنوع

❖ من معوقات تطبيق التسويق الأخضر الارتفاع النسبي لأسعار المنتجات الخضراء بسبب اعتمادها على

الانتاج الكثيف

الموارد الطبيعية

التكنولوجيا المختلفة

العمالة الماهرة

❖ من معوقات تطبيق التسويق الأخضر ضعف النشاط لمنظمات الأعمال نحو المنتجات الخضراء

الترويجي

الأداري

التنافسي

المالي

النتائج المحققة من التسويق الأخضر
 - ارضاء حاجات ورغبات المالكين من خلال تجنب المنافسة التقليدية وأن تكون رائده في تقديم منتجات صديقه للبيئة
 - تحقيق الأمان في تقديم المنتجات وإدارة العمليات من خلال تخفيض التلف ونسبة التلوث وتجنب الملاحقة القانونية أو طلب التعويضات من قبل المتضررين.
 - **القبول الاجتماعي للمنظمة** بسبب مساهمتها في حماية البيئة.

❖ من اهم النتائج التي يحققها التسويق الاخضر:

القبول الاجتماعي للمنظمة.

قلة خدمات ما بعد البيع.
 الدفع النقدي لشراء السلع.
 جميع ما ذكر غير صحيح.

❖ من النتائج المحققة للتسويق الأخضر..... بسبب المساهمة في حماية البيئة:

الربح العالي

القبول الاجتماعي

التركيز على الترويج فقط
 التركيز على الزبائن فقط

المحاضرة الثامنة

❖هو ذلك الشخص الذي يكون مهتم بالبيئة وملتمزم بالقضايا التي تتناولها:

سلوك المستهلك الأخضر
 - يتمثل المستهلك الأخضر في ذلك الشخص الذي يحمل قلقا تجاه البيئة ويقوم بشراء المنتجات التي تكون صديقة للبيئة وفي الغالب هي منتجات طبيعيه ، ولا تحدث تلوث للبيئة .
 - هو ذلك الفرد الذي **يكون مهتم بالبيئة وملتمزم بالقضايا التي تتناولها وله الإستعداد للتحويل من منتج إلى آخر إذا استلزم الأمر أن يدفع سعرا أعلى في سبيل الحصول على سلع صديقه للبيئة .**

المستهلك المرتقب.

المستهلك الاخضر.

مدير المبيعات.
 رجل المبيعات.

❖ من خصائص المستهلك الاخضر:

قبول الممارسات التي تلحق ضرراً بالبيئة.
 القدرة العالية على الشراء.

رفض الممارسات التي تلحق ضرراً بالبيئة.

ليس لديه ثقافة شرائية.

❖ المستهلك هو ذلك الشخص الذي يكون مهتم بالبيئة وملتمزم بالقضايا التي تتناولها

الاخضر

المرتقب
 المستهدف
 الاسمر

❖ من خصائص المستهلك الأخضر..... الممارسات التي تلحق ضررا بالبيئة.

خصائص المستهلك الأخضر
 حدّد المعهد الدولي للمستهلك مجموعة خصائص للمستهلك الأخضر هي
 ١- الالتزام الذاتي والواضح بأساليب وأنماط الحياة الخضراء.
 ٢- **رفض الممارسات التي تلحق ضررا بالبيئة.**
 ٣- البحث عن الشركات ذات التوجه البيئي للتعامل معها.
 ٤- يعمل على حماية البيئة من خلال سلوكه الشرائي الاستهلاكي.
 ٥- لديه الرغبة في تعلم القضايا المتصلة بالبيئة **بهدف توجيه سلوكه اليومي.**
 ٦- يمتلك ثقافه تمكنه من تقييم الأعمال والمنتجات المتوافقة مع البيئة

رفض

قبول
 تشجيع
 خلق

❖ من خصائص المستهلك الأخضر رفض الممارسات التي تلحق ضرراً" ب...

الشركة

المنظمة

البيئة

السوق

❖ يتصف المستهلك الأخضر أن لديه القدرة في تعلم القضايا المتصلة بالبيئة بهدف سلوكه اليومي

توجيه

تشجيع

كبت

تكثيف

❖ من أسباب التوجه الاستراتيجي للشركات نحو المنتجات الخضراء تكاليف التشغيل بالالتزام بمعايير العمل وتحسين

كفاءة الإنتاج

اسباب التوجه الاستراتيجي للشركات نحو المنتجات الخضراء:

- ◀ زيادة الحصة السوقية بالوصول الى المستهلكين من خلال تقديم منتجات صديقة للبيئة.
- ◀ **تخفيض تكاليف التشغيل بالالتزام بمعايير العمل** و تحسين كفاءة الانتاج.
- ◀ تحقيق المنافع غير الملموسة كزيادة سمعة ومكانة الشركة في ذهنية المستهلك.

تخفيض

مراقبة

زيادة

حصر

❖يصنفون بالمستهلك الأسمر، فهم يتعدون عن اللون الأخضر تماما فهم غير مهتمون بالقضايا البيئية:

البراعم.

الخضر شديد الاخلاص.

اللامبالون.

المتذمرون.

❖ يطلق علىمجموعه الأخضر الفاتح.

البراعم

الخضر شديد الاخلاص

المشترون الخضر

المتذمرون

نماذج المستهلك الأخضر
بيّنت الدراسات وجود خمسة أنماط لسلوك المستهلك الأخضر هي :
- **الخضر شديد الإخلاص** : وهم المستهلكون الخضر الحقيقيون أو المستهلك الأخضر الغامق **Extra Green** الذين يتميزون بامتلاكهم وعيا عالي ويؤمنون بشده بالقيم الإجتماعيه والبيئيه .
- **المشترون الخضر** : هم المستهلكون الخضر المتأخرون ، فهم ليسوا فاعلين في مجال القضايا البيئيه ولكنهم على استعداد في معظم الأحيان لدفع مبالغ إضافيه (حتى زيادة ٢٢%) من أجل شراء منتجات خضراء
- **البراعم** : يطلق على هذه المجموعه **الأخضر الفاتح** ، ويصنفون كبراعم لأنهم قد يرغبون في الإنخراط في نشاطات بيئيه من وقت لآخر .
- **المتذمرون** : يصنفون بالأخضر الأسمر وهذه الفئه من المستهلكين ليس لديهم اهتمام بمشكلات البيئيه ولا يؤمنون بأن لديهم دور في حماية البيئيه بل ويرون أن المسؤوليه تقع على عاتق الدوله عبر مؤسساتها المتخصصة .
- **اللامبالون** : يصنفون بالمستهلك **الأسمر** فهم يتعدون عن اللون الأخضر تماما فهم غير مهتمون بالقضايا البيئيه وغير متألفين معها .

❖ من نماذج المستهلك الأخضر ... ويطلق على هذه المجموعه مسمى الأخضر الفاتح

المشترون الخضر

البراعم

المتذمرون

اللامبالون

❖ من استراتيجيات التسويق الأخضر الاستراتيجية والتي تمثل توجه أخضر صارم أو شديد في عمل الشركة في منتجاتها أو تعاملها مع البيئة الطبيعية:

الخضراء الدفاعية

الشديدة الخضرة

المائلة للاضرار

الظل الأخضر

❖ يعتمد نظام توزيع المنتج الأخضر على ما يسمى ب.....

التدوير

التجزئة

التخفيض

الترويج

❖ يتميز المنتج الأخضر عن المنتج التقليدي في أن المنتج الأخضر يتم تصنيعه بطاقة وموارد طبيعية.. مقارنة بالمنتج التقليدي:

يتميز المنتج الأخضر عن المنتج التقليدي بميزات هي:

- ◀ ليست لديه تأثيرات سلبية على صحة المواطن أو الاضرار به.
- ◀ يتم تصنيعه بطاقة وموارد طبيعية أقل من مقارنة بالمنتج التقليدي.
- ◀ يصنع بمواد معاد تدويرها كلياً أو جزئياً.
- ◀ قليل مواد التعبئة والتغليف تقليصاً لحجم النفايات.

أكثر

أقل

ردئيه

مستوردة

❖ استخدام وسائل النقل العام في التنقل في المسافات بدل السيارة

الطويلة

المتعرجة

القريبة.

البعيدة

❖ يختلف المزيج التسويقي الأخضر عن المزيج التسويقي التقليدي في أن السوق في المزيج التسويقي الأخضر تكون أبعاده

الجغرافية.....

كبيرة

واسعة

ضيقه

ممتدة

المزيج التسويقي الأخضر	المزيج التسويقي التقليدي	جوهر الاختلاف
مراعاة متطلبات البيئة والمجتمع على قدم المساواة مع هدف النمو	نمو المبيعات وزيادتها	الهدف
الحفاظ عليها واستخدامها بحرص	تسخيرها لصالح هدف المبيعات	الموارد المتاحة
تكيفها بما ينسجم مع حماية البيئة وتحقيق الربحية	تسخيرها لصالح هدف الربحية	ادوات المزيج
توجيه الزبون وحمايته من العادات الاستهلاكية الخاطئة ذات الآثار السلبية على البيئة والمجتمع.	الاستجابة لجميع حاجات ورغبات الزبائن دون الاخذ بعين الاعتبار متطلبات البيئة	العلاقة مع الزبون
تنصب على التعاون والتعاقد مع الاطراف الاخرى	تنصب نحو المنافسة الربحية	الاستراتيجيات
سوق مستهدف ومحدد بدقة وأبعاده الجغرافية ضيقة.	في الغالب سوق شامل متسع جغرافياً	السوق

المحاضرة التاسعة

❖هو كافة الأنشطة التي تنفذ من خلال الانترنت لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الأرباح:

الترويج

التسويق الإلكتروني.

التسويق الأخضر.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ التسويق الإلكتروني هو التسويق عبر الانترنت ويسمى ب.....

التسويق الرقمي

التسويق الأخضر

التسويق المباشر

جميع ما ذكر صحيح

❖ التسويق الإلكتروني هو كافة الأنشطة التي تنفذ من خلال..... لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الأرباح

السوق

الانترنت

الترويج

التوزيع

❖ يعرف Mark Sceant التسويق الإلكتروني بأنه كافة الأنشطة التي تنفذ من خلال الأنترنت ل..... الزبائن والاحتفاظ بهم

وجلب الأرباح :

جذب

تحليل

تنظيم

توصيف

مفهوم التسويق الإلكتروني

❖ يعرف Mark Sceant التسويق الإلكتروني بأنه كافة الأنشطة التي تنفذ من خلال

الانترنت لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وجلب الأرباح .

❖ أما جمعية التسويق الأمريكية فتعرف التسويق الإلكتروني بأنه وظيفة تنظيمية ويتمثل بمجموعه من العمليات التي تحدد لخلق الإتصال وتسليم القيمة إلى الزبون وإدارة علاقة الزبون بالطرق التي تحقق المنافع والأهداف للمنظمة

وأصحاب الحصص والتي تتم من خلال أدوات والوسائل الإلكترونية .

❖ التسويق الإلكتروني هو التسويق عبر الإنترنت ويسمى **بالتسويق الرقمي** ، تسويق الويب ، أو تسويق

الخدمات والمنتجات عبر الإنترنت التسويق الإلكتروني له نماذجه وادواته التي تساهم في إنجاز

الأهداف التسويقية وبالتالي اهداف المنظمة .

❖ يشير التسويق الإلكتروني إلى تطبيق مبادئ التسويق وتقنيات الإتصال من خلال أجهزة الإعلام الإلكتروني

وبشكل خاص الإنترنت ، ويتضمن استخدام كل عناصر التسويق المباشر وغير المباشر وتقنيات المساعدة

لإيصال الأعمال التجارية إلى الزبائن .

❖ التسويق الإلكتروني هو تطبيق لمفهوم التسويق الحديث وعناصره ومزيجه من خلال استخدام الإنترنت ،

والإثنان يركزان على تلبية حاجات ورغبات الزبائن وتحديد المنافع التوزيعية

التي تمكن المنظمة من الوصول للسوق المستهدف .

❖ من مجالات التسويق الإلكتروني الاعلان

عنوعن المنتجات .

السوق

المدراء

العمال

المنظمة

❖ من مجالات التسويق الإلكتروني:

الإعلان عن المنظمة وعن منتجاتها وخدماتها.

البيع.

خدمة الزبائن.

❖ جميع ما ذكر صحيح.

❖ من مجالات التسويق الإلكتروني والمختصة بجمع

المعلومات الثانوية عن الشركات المنافسة :

التوزيع

❖ بحوث التسويق

الشراء

الأعلان

❖ من مجالات التسويق الإلكتروني ... عن المنظمة وعن

منتجاتها وخدماتها

التنظيم

التعبير

التشفير

❖ الإعلان

مجالات التسويق الإلكتروني

يمكن لرجل التسويق الاعتماد على شبكة الإنترنت في مجالات عديدة منها :

- **البيع** : إذ يمكن اعداد كشوف بأسماء العملاء وإرسال العروض

البيعية لهم ، ومناقشتهم وتلقي أوامرهم الشرائية .

- **الإعلان** : عن المنظمة وعن منتجاتها وخدماتها .

- **المنتجات الجديدة** : يمكن تلقي أفكار عن المنتجات الجديدة من

الزبائن والموردين ، وعقد الإجتماعات والحصول على البيانات

والإحصائيات التي تمكن إدارة التسويق من إجراء الدراسات الإقتصادية للمنتجات الجديدة .

- **خدمة الزبائن** : يمكن تلقي طلباتهم شكاويهم وتسجيل بياناتهم

وإرسال مواد ترسخ الصورة الذهنية للشركة لديهم .

- **بحوث التسويق** : بجمع المعلومات الثانوية عن الشركات

المنافسة وإحصائيات السكان والمجتمع والعملاء وإرسال قوائم

الأسئلة عبر الإنترنت وتنظيم المقابلات ، وتكوين قاعدة البيانات ،

والمعلومات التسويقية المتكاملة .

- **التوزيع** : يُعد البيع عبر الإنترنت أحد أشكال قنوات التوزيع

المباشر إلى المستهلك.

- **الشراء** : يمكن عبر الإنترنت الاتصال بالموردين وتحديد

الاحتياجات نوعا وكما وتوقيتا ، وتلقي العروض وتقييمها ،

ومتابعة تسليم الطلبات .

أهداف التسويق الإلكتروني

- **تحسين الصورة الذهنية للشركة ومنتجاتها المعروضة**

- تقديم الخدمات وتحسين العناية بالزبائن .

- **البحث عن المستهلكين الجدد** .

- زيادة معدل الوصول إلى المستهلكين .

- القيام بعمليات البيع والشراء .

- زيادة نطاق السوق من السوق المحلي إلى السوق

الدولي .

- تخفيض التكاليف وتحقيق السرعة في أداء الأعمال .

- الترويج والتوزيع للمنتجات .

- إدارة العلاقة مع الزبون .

❖ من اهداف التسويق الإلكتروني:

زيادة الارباح دون مراعاة للمنتج وذوق المستهلك.

عدم الاهتمام بشكاوى الزبائن

عدم تقديم خدمات ما بعد البيع.

❖ تحسين الصورة الذهنية للشركة والمنتجات المعروضة

❖ من أهداف التسويق الإلكتروني البحث عن.....

❖ المستهلكين الجدد

الموردين

الشركاء

الموزعين

❖ من اهداف التسويق الإلكتروني تحسين للشركة والمنتجات المعروضة

ذوق المستهلك

شكاوى الزبائن

خدمات ما بعد البيع

❖ الصورة الذهنية

❖ **يختلف التسويق الإلكتروني عن التسويق التقليدي في :**

اعتماد التسويق الإلكتروني على شبكة الانترنت

اعتماد التسويق الإلكتروني على رجال بيع مهرة
اعتماد التسويق الإلكتروني على اسواق جماهيرية.
جميع ما ذكر صحيح.

❖ **يختلف التسويق الإلكتروني عن التسويق التقليدي في**

امكانية اتصال المنظمة بأعداد كبيرة من الزائرين

اعتماد التسويق الإلكتروني على رجال بيع مهرة
اعتماد التسويق الإلكتروني على اسواق جماهيرية.
اعتماد التسويق التقليدي على الانترنت

❖ **يختلف التسويق الإلكتروني عن التسويق التقليدي في اعتماد التسويق الإلكتروني على ...**

شبكة الانترنت

الاسواق الجماهيرية
الساحات العامة
المعارض الحكومية

❖ **من التحديات التي تواجهها لتسويق الإلكتروني:**

قلة الزبائن.

عدم إمكانية لمس المستهلك للسلعة قبل شرائها.

قلة السلع.

كل ما سبق ذكره صحيح.

❖ **من التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني:**

حذر الزبائن

قلة الزبائن.

قلة السلع

كل ما ذكر خطأ

❖ **من التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني حذر الزبائن من التعامل الإلكتروني بسبب نقص**

المرجع

التعلم

الأمان

المنهج

اختلاف التسويق الإلكتروني عن التسويق التقليدي
- اعتماد التسويق الإلكتروني على شبكة الانترنت وليس على السوق الجماهيري .
- عمق ودقة المسح البيئي على شبكة الانترنت (ك مسح المنافسين ، المسح التكنولوجي) مقارنة بالمسح التقليدي .
- إمكانية اتصال المنظمة بأعداد كبيرة من الزائرين على الموقع بشكل يتعدى الأطر المحلية والإقليمية ، فما تعرضه الشركة على موقعها يمكن مشاهدته عالميا .
- يسمح التسويق الإلكتروني بالتعريف بالشركة ومنتجاتها وخدماتها وعروضها على الصعيد العالمي دون تكلفه بخلاف التسويق التقليدي .
- اعتماد التسويق الإلكتروني على تكنولوجيا المعلومات يعطيه أفضلية في تقديم المعلومات ذات الطبيعة التبادلية مع الزبائن .
- عدم خضوع التسويق الإلكتروني لقيود الزمان والمكان والتكلفه كما هو متعارف عليه في الأسواق التقليديه .
- عدم رضا الزبون عن خدمة الشركة عبر الانترنت يمكن نشره إلى كل العملاء المستخدمين للشبكة محليا وعالميا بخلاف التسويق التقليدي.

التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني
✓ **حذر الزبائن** من التعامل الإلكتروني بسبب **نقص الأمان الإلكتروني** .
✓ التطوير والتغيير السريع لبرمجيات التسويق الإلكتروني .
✓ حاجة المنظمات إلى بنيه تحتيه أخرى بالإضافة إلى مزود الشبكات .
✓ الأمن وخصوصية المستهلك .
✓ **عدم إمكانية لمس المستهلك للسلعة قبل شرائها** .
✓ عدم حسم الكثير من الأمور الإلكترونيه مثل الجرائم الإلكترونيه والهاكرز .
✓ التحديات التنظيميه داخل شركات الأعمال .
✓ ارتفاع تكاليف إقامة المواقع الإلكترونيه وتطوير التسويق الإلكتروني للشركه .
✓ تطور تكنولوجيا المواقع الإلكترونيه .
✓ العوائق المتصله باللغه والثقافه .
✓ عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكترونيه .

❖ من التي تواجه التسويق الإلكتروني عدم إمكانية لمس المستهلك للسلعة

الفوائد

التحديات

المميزات

الإيجابيات

❖ تمثل جزء من الأعمال الإلكترونية التي تتم بواسطة الوسط الإلكتروني والتي تتضمن صفقات تجارية (عمليات

البيع والشراء

التسويق الإلكتروني

الأعمال الإلكترونية

التجارة الإلكترونية

التسويق التقليدي

الأعمال الإلكترونية هي كيان واسع جدا يتعامل مع كامل النظام المعقد الذي يشمل الأعمال التي تستخدم الوسط الإلكتروني لتنفيذ او المساعدة على تنفيذ الفعاليات التجارية العامة والمتخصصة.

التسويق الإلكتروني جزء من الأعمال التي تتضمن الوسط الإلكتروني لإنجاز الاهداف التسويقية للمنظمة

❖ اعتماد التسويق الإلكتروني على تكنولوجيا المعلومات يعطيه افضليه في تقديم المعلومات ذات الطبيعة ... مع الزبائن

التبادلية

المحلية

العالمية

الموسمية

اعتماد التسويق الإلكتروني على تكنولوجيا المعلومات يعطيه افضلية في تقديم المعلومات ذات الطبيعة **التبادلية** مع الزبائن.

//

ارجعوا للمحتوي الملف مو كامل للملخص في جزئيات اول مره يتطرق لها الدكتور الترم اللي طاف

❖ من مزايا التسويق الإلكتروني على تلبية احتياجات الأفراد والشركات والمؤسسات الحكومية في أن واحد:

مزايا التسويق الإلكتروني

عدم إمكانية

العجز

عدم القدرة

القدرة

- ◀ يساعد جميع الشركات على تسويق منتجاتها وخدماتها بغض النظر عن حجمها وإمكاناتها.
- ◀ تمتاز اليات التسويق الإلكتروني بالتكلفة المنخفضة، وسرعة الانجاز، وسهولة وكفاءة اتمام عملية الاتصال، و قلة الاستثمار.
- ◀ إمكانية الوصول الى قطاعات سوقية مختلفة.
- ◀ سهولة اختراق الاسواق لانعدام الحواجز والمعوقات الموجودة في التسويق التقليدي.
- ◀ **القدرة على تلبية احتياجات الافراد والشركات والمؤسسات الحكومية في ان واحد.**
- ◀ يمكن قياس مدى فعالية نجاح الحملات الترويجية ونقاط القوة والضعف من خلال استخدام تقنيات البرمجية لبيئة التسويق الإلكتروني.
- ◀ زيادة التفاعل وتبادل المعلومات بين طرفي عملية ابدال.
- ◀ انجاز المعاملات الكترونيا وبتكلفة منخفضة قياسا بالطرق التقليدية.
- ◀ السرعة في اضافة منتجات او تطويرها او تغيير شروط بيعها.
- ◀ إمكانية ملاحظة نشاط المنافسين.

المحاضرة العاشرة

❖هي القيم والعادات والمعتقدات السائدة في مجتمع ما وكذلك الانتاج المادي الذي يعكس تلك القيم:

الحضارة.

الثقافة.

المدنية.

المشاركة.

تعريف الثقافة

- الثقافة هي مجموعة القيم والعادات والتقاليد والمعتقدات السائدة في مجتمع ما وكذلك الإنتاج المادي الذي يعكس تلك القيم.
- الثقافة هي مجموعة المعارف والمعتقدات والفنون والقوانين والقيم والعادات والقدرات التي تميز مجموعة بشرية عن أخرى.

❖ تعرف الثقافة على انها القيم والعادات والمعتقدات السائدة في مجتمع ما وكذلك الإنتاج....الذي يعكس تلك القيم

المادي

الحالي

النوعي

الخاص

❖ تعتبر الثقافة منا لعوامل التي تؤثر على بيئة الأعمال، وتتميز الثقافة بأنها:

لا يتم نقلها من جيل لآخر.

غير قابلة للتعديل أو التغيير.

غير مهمة في بيئة الأعمال.

تنشأ عن الحياة الاجتماعية البشرية.

❖ تتميز الثقافة بأنها...

قابلة للتبديل والتغيير

جامدة

غير قابلة للنقل

غير قابلة للتقليد

❖ الشركات متعددة الثقافات هي الشركات التي :

تعمل في المجال الثقافي.

تمتلك موارد بشرية من خلفيات وخبرات وثقافات متنوعة.

تركز على توظيف النساء فقط.

كل ما ذكر صحيح.

❖ الشركات متعددة الثقافات هي الشركات التي تمتلك من خلفيات وخبرات وثقافات متنوعة

اصول

موارد بشرية

ماكينات

محلات

❖ من خصائص الشركات متعددة الثقافات:

تنوع الموارد البشرية.

غياب التمييز.

التكامل لهيكلي.

كل ما ذكر صحيح.

خصائص الشركات متعددة الثقافات

▪ تنوع الموارد البشرية .

▪ التكامل الهيكلي .

▪ تكامل الشبكات غير الرسمية .

▪ غياب التمييز .

▪ مفهوم متساوي للأهداف التنظيمية .

▪ مستوى منخفض من الصراعات

- إن توظيف كامل قدرات وإمكانات الموارد البشرية العامله في الشركات متعددة الثقافات وتحقيق الخصائص المشار إليها يستلزم من العقول الإستراتيجية في تلك الشركات فهم الثقافات المتنوعه سواء داخل الشركه أو في فروعها بالخارج وهو أمر ليس بالسهل .

- إذ يتطلب الأمر الغوص في أعماق تلك الثقافات واستكشاف مكوناتها وفهمها بدقة لتحقيق التفاعل والتناغم بينها ، ومن ثم التميز بالأداء الذي يعتمد بالدرجة الأولى على الوعي بأبعاد الثقافات المتقابله .

❖ من خصائص الشركات متعددة الثقافات ما يلي:

تنوع الموارد البشرية.

التمييز بين العاملين.

عدم التكامل الهيكلي.

ارتفاع الصراعات الداخلية.

❖ من الخصائص التي تتميز بها الشركات متعددة الثقافات غياب.....

التنوع في الموارد البشرية

عنصر المرأة العاملة

التكافل

التمييز

❖ من خصائص الشركات المتعددة الثقافات وجود مستويات منخفضة من.....

الجودة

الزبائن

الصراعات

الأرباح

❖ من خصائص الشركات متعددة الثقافات التكامل.....

البشري

الراسي

الهيكلي

الافقي

❖ ان الغموض وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة غير مألوفة نتيجة لإدراكهم ان الآخرين

يختلفون عنهم بطريقة لا يمكن تخيلها يسمى بي:

الصدمة الحضارية.

الصدمة الثقافية.

سوء الفهم.

كل ما ذكر خطأ.

الصدمة الثقافية (Culture Shock)

يشير مفهوم الصدمة الثقافية إلى الغموض وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة غير مألوفة نتيجة لإدراكهم أن الآخرين يختلفون عنهم بطريقة لا يمكن تخيلها . الصدمة الثقافية هي الدهشة والإستغراب واللاإرتياح والإحباط الناتجة من الفجوة الحاصلة بين مجموعة القيم والأعراف والمعتقدات التي يحملها الفرد ومجموعة القيم والأعراف والمعتقدات الخاصة بثقافة جديدة يتعامل معها

❖ تعرف الصدمة الثقافية بانها وعدم الارتياح الذي يتولد لدى العاملين بسبب تعاملهم مع ثقافة جديدة غير مألوفة

الروح الجديدة

الغموض

سرعه الفهم

التفكك

❖ من انواع الثقافات المتعددة على بيئة الاعمال:

الثقافة القوية

ثقافة التآمر.

ثقافة التسلط.

جميع ما ذكر صحيح.

انواع الثقافات على بيئة الاعمال: **القوية** - الضعيفة - غير السيوية - المتكيفة - شبكة العلاقات - الاجراء - المتناثرة - المجتمع - ذات سياقات لغوية واطنة - ذات سياقات لغوية عالية - احادية التركيز - متعددة التركيز - القوة - الدور - المهمة - الفرد - مجموعة متجانسة الثقافة - مجموعة رمزية الثقافة - مجموعة ثنائية الثقافة - مجموعة متعددة الثقافة - تركيز عرقي - تركيز عرقي متعدد - تميز الاداء- تميز الاعمال - التناحر- **التسلط** - التآمر- غيبوبة الماضي - الاحباط - الصمت - تبديد الوقت - التعقيد الثقافي - الشدة و اللين - الفردية و الجماعية

❖ الثقافة التي تتميز بخاصية سيطرة المديرين ذوي النفوذ ومقاومة التغيير وإظهار العداء لمن يناصر أسلوب العمل الجديد هي:

القوية: تتميز بقيم و معايير متأصلة يصعب انتزاعها و تعد اصلا من اصول الشركة
الضعيفة: تتميز بقيم و معايير سلوكية مشتركة قليلة و محدودة و غير ملتزم بها مع عدم احترام تقاليد الشركة
غير السبوية: تتميز بسيطرة المديرين ذوي النفوذ ومقاومة التغيير و إظهار العداء لمن يناصر أسلوب العمل الجديد
الثقافة المتكيفة: تتميز بمشاركة واسعة في الاداء و الشعور و تبني مخاطرة عالية واحتضان الابتكار والإبداع والريادة في الاعمال و تمثل اصول تنافسية قيمة للشركة

الثقافة القوية.

الثقافة غير السبوية.

الثقافة غير المتكيفة.

الثقافة الضعيفة.

❖ تتميز الثقافة المتكيفة بخاصية

مقاومة التغيير.

إظهار العداء أسلوب العمل الجديد

احتضان الابتكار والإبداع.

اعتماد سياسة الباب المفتوح

❖ من الخصائص الرئيسية للثقافة المتكيفة

الخوف من المنافسين الجدد

البعد عن الأبداع والابتكار

عدم القدرة على التغيير

الريادة في الأعمال

❖ الثقافة التي تتميز بالاتصال المحدود بين أعضاء الجماعة فيها هي.....

شبكة العلاقات: تتميز باعتماد سياسة الباب المفتوح و اللارسمية و بناء صداقات كثيرة و لا مشاكل في العمل
الاجراء: تتميز بسلوك عملي ، مشاركة واسعة في الاداء و اتصال سلس و سريع ، جدية عالية و الريح يمثل الاول والأساسي
المتناثرة: تتميز باتصال محدود بين الجماعة و لاوجود للصداقات و عدم ادراك العاملين لرسالة الشركة و أهدافها
المجتمع: تتميز بدرجة عالية من الصداقة بين الأفراد و اتصالات سهلة و سريعة بين المستويات الادارية و التزام عالي بقيم وقواعد الشركة و انتماء و ولاء عالي

الثقافة القوية

الثقافة المتناثرة

الثقافة غير المتكيفة

الثقافة الضعيفة

❖ من الخصائص الرئيسية التي تتميز بها ثقافة القوة.

البناء البيروقراطي

-الرشد و العقلانية

ضعف القرارات

الاستقلالية النسبية

❖ من الخصائص التي تتميز بها ثقافة الدور الرسمية

ثقافة القوة:- اتصالات لارسميه - ثقه عاليه- بناء بيروقراطي - الإعتماد على قوة المركز .
ثقافة الدور:- رسميه عاليه- التزام بقواعد العمل و إجراءاته - استقرار البيئه - الرشد و العقلانيه في اتخاذ القرار
ثقافة المهمة:- تعدد المسؤوليات - الإستقلاليه النسبيه - خبره كبيره - مرونة عاليه - السرعه في اتخاذ القرارات .
ثقافة الفرد:- غياب السيطره الرسميه - تقاسم الخبرات - سيادة لغة المصالح المشتركه - لا وجود للهيكال الرسمي .

العالية

المنبسطة

المنفردة

الغامضة

الدكتور جاب الترم الماضي يمكن سؤالين جديدة من دي المحاضرة حظيتكم الأنواع اللي من نفس الجزئية بس لازم ترجعو للجداول في الملخص وتذاكروا الباقي احتياط من ص ٥١ - ٥٣

❖ الثقافة التي يكون التفاهم والاتصال بها يعتمد على لغة الجسد واللحن الصوتي فضلا عن المكتوب تسمى الثقافة ...

ذات السياقات اللغوية العالية

ذات السياقات اللغوية الواطئة

احاديه التركيز

متعددة التركيز

❖ من خصائص الثقافة المتكيفة تبني ... عالية

تحفظات

محاذير

مخاطر

تحوطات

❖ من البدائل التي تعتمد عليها الشركات الدولية في مواجهة الثقافية الاحتفاظ بالأطوار العام للسلعة في البلد الأم مع إدخال

بعض التعديلات

المشاكل

الاختلافات

الاختلافات

المهارات

المحاضرة الحادية عشر

❖ تعرف الشركة العائلية على انه ا:

الشركة التي تكون مملوكة للقطاع العام.

الشركة التي يكون اكثر من 50% من اسهم التصويت مملوكة لعائلة واحدة.

الشركة المندمجة مع شركات اخرى.

جميع ما ذكر صحيح.

تعريف الشركات العالمية

وضع ويستهد وكاولينغ في دراستهما عدة تعريفات للشركة العائلية هي :
- الشركة التي ينظر إليها رئيسها التنفيذي ومديرها ورئيسها على أنها شركة عائلية .

التعريف الواسع : (لا يتم اعتبار الأجيال في الشركة) ، تعتبر الشركة عائلية إذا كانت :

▪ أكثر من ٥٠ من أسهم التصويت مملوكة لعائلته واحده .
▪ أكثر من ٥٠ من فريق الإدارة ينحدر من العائلة التي تمتلك الشركة .
التعريف الضيق : (فقط شركات الجيل الثاني أو ما بعده) ، تعتبر شركة عائلية إذا كانت :

✓ أكثر من ٥٠ من أسهم التصويت مملوكة لعائلته واحده .
✓ أكثر من ٥٠ من فريق الإدارة ينحدر من العائلة التي تمتلك الشركة .
✓ الشركة مملوكة للجيل الثاني أو ما بعده من أعضاء العائلة .

❖ تعرف الشركة العائلية على انها:

الشركة التي تكون للأبن الأكبر في العائلة.

الشركة التي تكون مملوكة للجيل الثاني من أفراد العائلة.

الشركة المندمجة مع شركات أخرى.

الشركة كبيرة الحجم.

الشركات العائلية التقليدية

يتمتع هذا النوع من الشركات بما يلي :

- طول البقاء وبالسمعة الطيبة لدى عملائها نتيجة لجودة خدماتها .
- قدرتها على التخطيط لإستمرارها لفترات طويلة .
- توقع استمرارها في نفس مجال الأعمال الذي اختاره المؤسس
- تنمو نموا بطيئا مطردا اعتمادا على سمعتها في الأسواق .
- عادة ما تتميز بالهدوء والتوجيه الأبوي والإستعانة بالمدرء المحترفين إلى جانب الأب وأبناءه عندما تكون الفجوة العمريه بينهم كبيره .
- تمتع أفراد العائله بتأثيرهم الإجماعي البارز .

❖ تتمتع الشركات العائلية التقليدية بما يلي:

النمو المطرد البطيء

التمتع بالتأثير الاجتماعي البارز لأفراد العائلة.

قدرتها على التخطيط لاستمرارها لفترات طويلة.

جميع ما ذكر صحيح.

❖ تتميز الشركات العائلية التقليدية بتوقع استمرارها في نفس مجال الاعمال الذي تم بواسطة...

المؤسس

القانون

المدرء الحاليين

الاسرة الحالية

❖ تنبع.....عندما يرغب الأفراد القدماء في استمرار وتكثيف الجهود في نفسا لمنتجات أو الخدمات رغم تقادمها وتدهور

مبيعاتها، بينما نجد أفراد آخرين من الجيل الثاني يرغبون في ممارسة أسلوب إداري :

الشركات العائلية الصراعية

- ينبع هذا النوع من الشركات العائلية التقليدية ف بالرغم من الحفاظ والتماسك العائلي والجهود المبذولة للحفاظ على التقاليد العائلية يمكن أن تظهر الصراعات بسبب الإختلافات في وجهات النظر الخاصة بتوجه الشركة في المستقبل .
- إذ يرغب الأفراد القدماء في استمرار وتكثيف الجهود في نفس المنتجات أو الخدمات رغم تقادمها وتدهور مبيعاتها ، بينما نجد أفراد آخرين من الجيل الثاني يرغبون في ممارسة أسلوب اداري آخر .
- عادة ما يفشل العمل الإستشاري في مثل تلك الشركات بسبب أن موقف كل فرد يكون قائم على ثوابت وافتراضات لا تقبل المناقشه ، وبالتالي يؤدي تفاقم الصراعات إلى التفكير في بيع الشركة .

الشركات العائلية الريادية.

الشركات العائلية التقليدية.

الشركات العائلية الصراعية.

الشركات الحديثة.

❖ تنبع الشركات العائلية الصراعية عندما يرغب الأفراد في استمرار وتكثيف الجهود في نفس المنتجات أو الخدمات رغم

تقادمها وتدهور مبيعاتها، بينما نجد أفراد آخرين من الجيل الثاني يرغبون في ممارسة أسلوب إداري اخر:

القدماء

الجدد

في الادارة

النشاط

❖ من انواع الشركات العائلية:

الشركات الريادية.

الشركات عابرة القارات.

الشركات متعددة الاعراض.

الشركات الصغيرة.

❖ الشركات العائلية هي أصعب انواع الشركات العائلية التي يمكن التعامل معها

الصراعية

التقليدية

الخاصة

الريادية

١٤٣٧-٢ هـ

١٤٣٧-١ هـ

١٤٣٦-٢ هـ

١٤٣٦-١ هـ

١٤٣٥-٢ هـ

١٤٣٥-١ هـ

❖ تمثل الشركات العائلية المسجلة في المملكة العربية السعودية نسبة من إجمالي الشركات المسجلة

تمثل الشركات العائلية ٨٥% في المانه من حجم الشركات المسجلة عالميا ،	%٨٥
كما تشكل كل من السعوديه ، وإيطاليا ، والولايات المتحدة النسبه الأكبر من الشركات العائليه المسجله في العالم . تمثل الشركات العائليه في السعوديه	%٩٥
وإيطاليا نسبة ٩٥% في المانه من عدد الشركات المسجله تليهما أمريكا بنسبة	%٩٠
تصل إلى ٩٢ في المانه من عدد الشركات المسجله .	%٨٠

❖ في دول تتراوح نسبة الشركات العائلية ما بين ٧٠% إلى ٩٥% من إجمالي الشركات العامة بهذه الدول:

◀ **في دول الاتحاد الأوروبي** تتراوح نسبة الشركات العائلية ما بين ٧٠-٩٥% من إجمالي الشركات العاملة بها، وتساهم هذه الشركات بما نسبته ٧٠% من الناتج القومي.

◀ في الولايات المتحدة، يبلغ عدد الشركات العائلية المسجلة في أمريكا **حوالي ٢٠ مليون** منشأة وتمثل ٤٩% من الناتج القومي وتوظف ٥٩% من العمالة وتستحدث حوالي ٧٨% من فرص العمل الجديدة

الخليج العربي.

الاتحاد الأوروبي:

آسيا.

المغرب العربي.

❖ يبلغ عدد الشركات العائلية المسجل في الولايات المتحدة

الأمريكية حوالي منشأة

١٥ مليون

٢٥ مليون

٢٠ مليون

٤٩ مليون

❖ تتميز الشركات العائلية ب :

هوامش الربح المرتفعة.

معدلات نمو مبيعات مرتفعة.

معدلات نمو اصول مرتفعة.

جميع ما ذكر صحيح.

مزايا الشركات العائلية

⌘ قدرة أكبر في التصرف الإداري والمالي .

⌘ سرعة اتخاذ القرار والتحرر من الشكليات والإجراءات التي تحددها اللوائح

⌘ اقتصر العائدات والأرباح على أفراد العائلة مما يقوى من مركزهم المالي

⌘ وجود الحافز الخاص ومواجهة التحدي الكبير من أجل البقاء واستمرار العائلة

كما تتميز الشركات العائلية أيضا :

- هوامش ربح مرتفعه - معدلات نمو مبيعات مرتفعه

- معدلات نمو أصول مرتفعه - معدلات عائد على رأس المال مرتفعه .

❖ من التحديات الداخلية التي تواجه الشركات العائلية

ثورة المعلومات والاتصالات

سرعه التغيير

ضعف التخطيط الاستراتيجي

التكتلات الاقتصادية الدولية

❖ من الملاحظ في الشركات العائلية أن مبادئ وقيم العائلة تؤثر على وقيم العمل في الشركة :

حجم.

شكل.

ثقافة.

سرعة.

❖ يلاحظ أن الشركات العائلية التقليدية تنمو نمواً بطيئاً مطرداً اعتماداً على في الأسواق:

حجمها.

تقنياتها.

دورانها.

سمعتها.

❖ من مواطن الضعف في الشركات العائلية التوجه في صناعة القرارات:

مواطن الضعف	نقاط القوة	الإبعاد
<ul style="list-style-type: none"> ■ عدم الوضوح والغموض والتناقض ■ التردد وعدم الحسم ومقاومة التغيير ■ عدم وجود خرائط تنظيمية 	<ul style="list-style-type: none"> ■ انخفاض درجة الرسمية ■ المرونة ■ الطبيعة الريادية والابتكار 	<ul style="list-style-type: none"> ■ البنية الأساسية
<ul style="list-style-type: none"> ■ غموض الأدوار ■ محاباة الأقارب تعيين اقارب غير مؤهلين 	<ul style="list-style-type: none"> ■ تعدد الأدوار ■ سرعة صناعة القرارات 	<ul style="list-style-type: none"> ■ الأدوار
<ul style="list-style-type: none"> ■ ديكتاتوري مقاوم للهيكل والنظم ■ تجنب الحديث عن التقاعد 	<ul style="list-style-type: none"> ■ إبداع- طموح ■ الصبغة الريادية 	<ul style="list-style-type: none"> ■ نمط القيادة
<ul style="list-style-type: none"> ■ عدم القدرة على الفصل بين مشكلات الشركة ومشكلات العائلة ■ عدم القدرة على تحقيق التوازن بين احتياجات الشركة والعائلة من السيولة النقدية ■ التوجه العاطفي في صناعة القرارات ■ المنافسة والصراعات العائلية 	<ul style="list-style-type: none"> ■ التزام العاملين ■ الولاء ■ القيم والمعتقدات المشتركة 	<ul style="list-style-type: none"> ■ الانتماء للعائلة

الحديث.

العقلاني.

الروحاني.

العاطفي.

المحاضرة الثانية عشر

تعريف حوكمة الشركات :

- ١- نظام متكامل للرقابة المالية و غير المالية الذي عن طريقه يتم ادارة الشركة و الرقابة عليها
 - ٢- هو مجموعة من الطرق والتي يمكن من خلالها ان يتأكد المستثمرون من تحقيق ربحية معقولة لاستثماراتهم
 - ٣- هو مجموعة من القواعد و الحوافز التي تهتدي بها ادارة الشركات لتعظيم ربحية الشركة وقيمتها على المدى البعيد لصالح المساهمين
 - ٤- هو مجموعة من القوانين و القواعد و المعايير التي تحدد العلاقة بين ادارة الشركة من ناحية ، و حملة الاسهم و أصحاب المصالح او الاطراف المرتبطة بالشركة
- الاطراف المعنية بتطبيق مفهوم حوكمة لشركات :

- المساهمين
- مجلس الادارة
- الادارة
- اصحاب المصالح

❖ الاطراف المعنية بتطبيق حوكمة الشركات :

الدفاع المدني

الجامعات.

المساهمين.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ تعرف حوكمة الشركات بأنها مجموعة القواعد والحوافز التي تهتدي

بها اداره الشركات لتعظيم الشركه وقيمتها على المدى البعيد لصالح المساهمين

ربحية

بنية

حجم

مكانه

❖ من الأطراف المعنية بتطبيق مفهوم حوكمة الشركات :

الدفاع المدني.

الجامعات.

مجلس الإدارة

الجمعيات الخيرية

❖ يعتبر المساهمين من الاطراف المعنية ب..... حوكمة الشركات

تشريع

تصديق

تطبيق

تأسيس

❖ من المحددات الأساسية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات، المحددات الخارجية وتتمثل في التي تعمل فيها الشركات .
التنظيم.

البيئة.

المجال.

الخدمة.

❖ من المحددات الأساسية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات المحدداتوتتمثل في البيئة الذي تعمل فيها الشركات :

الخارجية

الداخلية

العامة

الخاصة

المحددات الأساسية لتطبيق مفهوم حوكمة الشركات

أولاً : المحددات الخارجية << وتتمثل في البيئة التي تعمل فيها الشركات وهي :

- ١ . القوانين واللوائح التي تنظم العمل بالأسواق مثل قوانين الشركات وقوانين سوق المال والقوانين المتعلقة بالإفلاس .
- ٢ . وجود نظام مالي جيد بحيث يضمن توفير التمويل اللازم للمشروعات بالشكل المناسب والذي يشجع الشركات على التوسع والمنافسة الدولية .
- ٣ . كفاءة الهيئات والأجهزة الرقابية مثل هيئات سوق المال والبورصات .
- ٤ . دور المؤسسات غير الحكومية في ضمان التزام أعضائها بالنواحي السلوكية والمهنية والأخلاقية والتي تضمن عمل الأسواق بكفاءة .

ثانياً : المحددات الداخلية :

وتتمثل في القواعد والأساليب التي تطبق داخل الشركات والتي تتضمن وضع هياكل إدارية سليمة وتوضيح كيفية اتخاذ القرارات داخل الشركات وتوزيع مناسب للسلطات والواجبات بين الأطراف المعنية بتطبيق مفهوم حوكمة الشركات بالشكل الذي لا يؤدي إلى وجود تعارض في المصالح بينهم بل يؤدي إلى تحقيق مصالح المستثمرين على المدى الطويل .

❖ من المبادئ الأساسية لحوكمة الشركات:

المعاملة المتساوية للمساهمين.

الافصاح والشفافية.

مسئوليات مجلس الإدارة.

جميع ما ذكر صحيح.

❖ من المبادئ الأساسية لحوكمة الشركات :

التمييز في المعاملة بين المساهمين القدامى والجدد.

انعدام الشفافية.

مسئوليات مجلس الإدارة.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ من مبادئ حوكمة الشركات ضمان وجود أساس فعال لحوكمة الشركات، أن ينبغي على إطار حوكمة الشركات أن يشجع على الشفافية و الأسواق.

كفاءة.

زيادة.

صغر حجم.

كبر حجم.

❖ من المبادئ الأساسية لحوكمة الشركات مبدأ المعاملة المتساوية ل....

المساهمين

المنافسين

المراقبين

المراجعين

مبادئ حوكمة الشركات :

- ضمان وجود أساس فعال لحوكمة الشركات
- حقوق المساهمين و الوظائف الرئيسية لأصحاب حقوق الملكية
- المعاملة المتساوية للمساهمين
- دور اصحاب المصالح في حوكمة الشركات
- الافصاح و الشفافية
- مسئوليات مجلس الإدارة

❖ من المعلومات التي يعنهاكمبدأ من مبادئ حوكمة النتائج المالية وعمليات الشركة.

المراجعة

الموازنة

التخطيط

الإفصاح

❖ من المعلومات التي يعنها الإفصاح، الملكيات الكبرى وللأسهم وحقوق

الملكية.

الطبع.

التصويت.

النشر.

❖ من مزايا ومنافع حوكمة الشركات :

زيادة فرص العمل لأفراد المجتمع.

زيادة مخاطر الفساد.

ضعاف المنافسين الجدد.

ضعف الأداء العام للشركات.

❖ من مزايا ومنافع حوكمة الشركات :

تخفيض المخاطر المتعلقة بالفساد.

زيادة المخاطر المتعلقة بالفساد.

إضعاف المنافسين الجدد.

ضعف الأداء العام للشركات.

من حوكمة الشركات جذب الاستثمارات الأجنبية.

سلبيات .

مزايا.

أنواع .

مشاكل .

مزايا ومنافع حوكمة الشركة

١. تخفيض المخاطر المتعلقة بالفساد المالي والإداري التي تواجهها الشركات والدول .
٢. رفع مستويات الأداء وما يترتب عليه من دفع عجلة التنمية والتقدم الإقتصادي للدول التي تنتمي إليها الشركات
٣. جذب الإستثمارات الأجنبية وتشجيع رأس المال المحلي على الإستثمار في المشروعات الوطنية .
٤. زيادة قدرة الشركات الوطنية على المنافسة العالمية وفتح أسواق جديدة لها .
٥. الشفافية والدقة والوضوح في القوائم المالية التي تصدرها الشركات وما يترتب على ذلك من زيادة ثقة المستثمرين بها واعتمادهم عليها في اتخاذ القرارات
٦. زيادة فرص العمل لأفراد المجتمع .

المحاضرة الثالثة عشر

❖ تعرف بأنها التزام منظمة الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه :

تعريف المسؤولية الإجتماعية
- عرّف **Druker** المسؤولية الإجتماعية بأنها التزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه .
- كما عرّف **Holms** المسؤولية الإجتماعية بأنها **الالتزام منظمة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه** وذلك عن طرق المساهمة في مجموعه كبيره من الأنشطة الإجتماعية .

الانشطة التطوعية.

المسئولية الاجتماعية.

الانشطة الجماعية.

المسئولية الفردية.

❖ تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها منظمه الاعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه

راي

الالتزام

نظرا

مسائلة

❖ لقد ظهرت المسؤولية الاجتماعية كفاعل لعدة عوامل منها اهتمام الجامعات ومراكز البحوث بتدريس مساقات تخص علاقة

❖ **لقد ظهرت المسؤولية الاجتماعية كفاعل لعدة عوامل منها:**

١. الاسهام الاكبر لمنظمات الاعمال في تطوير نوعية الحياة والارتقاء بها.
٢. تصاعد ضغوط المجتمع وتناميها مع التوسع في حصر منظمات الاعمال وتعدد علاقاتها.
٣. ضرورة اسهام منظمات الاعمال في تعزيز القيم الانسانية والاجتماعية.
٤. اهمية رضا المجتمع وقبوله لأهداف منظمات الاعمال ووسائل عملها.
٥. اهتمام الجامعات ومراكز البحوث بتدريس مساقات تخص علاقة الاعمال بالمجتمع.
٦. زيادة عدد البحوث النظرية والتطبيقية في مجال المسؤولية الاجتماعية.

الاعمال ب

المدارس

التطور

الاسر

المجتمع

❖ تعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام منظمة الاعمال تجاه الذي تعمل فيه

أهمية المسؤولية الإجتماعية
- زيادة التكافل الإجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع خلق شعور عالي بالانتماء لذوي الإحتياجات الخاصة .
- الإستقرار الإجتماعي نتيجة توفر فرع العدالة الإجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي يعد جوهر المسؤولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال .
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية .
- ازدياد الوعي بأهمية الإدماج التام بين منظمات المجتمع المختلفه ومختلف الفئات ذات المصلحه .
- تحسين التنمية السياسيه انطلاقا من زيادة التثقيف بالوعي الإجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمنظمات مما يسهم في الإستقرار السياسي والشعور بالعدالة الإجتماعية .

المجتمع

المكان

السوق

جميع ما ذكر صحيح

❖ تأتي أهمية المسؤولية الاجتماعية من حيث انها :

تساهم في زيادة الربح على حساب المصالح الأخرى.

تساهم في زيادة الانتاج على حساب الجودة.

تعمل على تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية او الناحية الثقافية.

جميع ما ذكر صحيح.

❖ من أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

أبعاد المسؤولية الاجتماعية :

- البعد الاقتصادي

- البعد الأخلاقي

- البعد القانوني

البعد الرياضي.

البعد السياسي.

البعد الاقتصادي.

جميع ما ذكر خطأ.

❖ من ضمن العناصر الفرعية للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية ما يلي :

مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك.

مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف.

مراعاة حقوق الإنسان.

جميع ما ذكر صحيح.

❖ من ضمن العناصر الفرعية للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية ما يلي:

عدم مراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك.

مراعاة حقوق الإنسان.

عدم مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف.

جميع ما ذكر صحيح.

❖ تعتبر مراعاة حقوق الإنسان ضمن العناصر للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية:

الفرعية

الأساسية

الرئيسية

غير الضرورية

❖ من العناصر الفرعية للبعد القانوني الخاص بالمسؤولية الاجتماعية عدم تجاره بالمواد....

النادرة

الجيدة

الضارة

الشائعة

❖ من ضمن العناصر الفرعية للبعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في...

الأرباح

الخسائر

الخطابات

التوظيف

❖ تعتبر مراعاة حقوق الانسان من ضمن العناصر الفرعية للبعد للمسؤولية الاجتماعية.

المالي.

الأخلاقي

التكنولوجي

الفني

البعد	العناصر الرئيسية	العناصر الفرعية
الاقتصادي	المنافسة العادلة	منع الاحتكار وعدم الاضرار بالمستهلكين - احترام قواعد المنافسة وعدم الحاق الأذى بالمنافسين
	التكنولوجيا	استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي والخدمات التي يوفرها - استخدام التكنولوجيا في معالجة الاضرار التي تلحق بالمجتمع و البيئة
الاخلاقي	المعايير الاخلاقية	مراعاة الجوانب الاخلاقية في الاستهلاك - مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف - مراعاة حقوق الانسان
	الاعراف والقيم الاجتماعية	احترام العادات والتقاليد - مكافحة المخدرات والممارسات غير الأخلاقية
القانوني	قوانين حماية المستهلك	عدم التجارة بالمواد <u>الضارة</u> - حماية الاطفال صحيا و ثقافيا - حماية المستهلك من المواد المزيفة و المزورة
	حماية البيئة	منع تلوث المياه والهواء و التربة - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها - منع الاستخدام التعسفي للموارد
	السلامة والعدالة	منع التمييز على اساس العرق او الجنس او الدين - ظروف العمل ومنع الاحداث وصغار السن - اصابات العمل

تم بحمد الله وتوفيقه مع تمنياتي لكم بالتوفيق والنجاح

كل الشكر لغيداء و F-fatimah

Omjhaad 😊

لا تنسوننا من دعواتكم

#تحديث أم حنان ❤️

١٤٣٨