

## تبويب اسئلة الاداره الاستراتيجيه

### المحاضرة الاولى

يعرف Ackoff التخطيط الاستراتيجي على انه تصور المستقل المرغوب

- A. الرؤية التي تسمح بتحقيقه
- B. الرسالة التي تمكن من بلوغه
- C. الأهداف التي تساعد على بلوغه
- D. الوسائل التي تسمح ببلوغه

### التخطيط الاستراتيجي

- A. يبدأ بإعداد الخطة الاستراتيجية
- B. ينتهي إلى إعداد الخطة الاستراتيجية
- C. يقوم على الخطة الاستراتيجية
- D. لا علاقة له بالخطة الاستراتيجية

الفجوه الاستراتيجيه هي الفرق بين

- A. الوضعيه المرغوبه والوضعيه المخططه
- B. الوضعيه المتجه نحوها والوضعيه المحققه
- C. الوضعيه المحققه والوضعيه المخططه
- D. الوضعيه المرغوبه والوضعيه المتجه نحوها

حسب المدرسه البيئية ، تكون الخطة الاستراتيجية عبارة عن

- A. سبق تقلبات البيئه
- B. رد فعل لتحديات البيئه
- C. اغتنام فرص البيئه
- D. تفادي مخاطر البيئه

حسب مدرسه التشكيل تكون الخطة الاستراتيجية عبارة عن

- A. عملية تحويل ( نموذج )
- B. وضع شكل للخطة
- C. خطة
- D. عملية تموقع

من جاء بنموذج 5P هو

- A. DRUcker
- B. Porter
- C. Minzberg
- D. Chandler

استراتيجية الاعمال تخص

- A. مجموعة من الانشطة

ليس من خصائص استراتيجية المنظمة

- A. تشمل المنظمة ككل
- B. تنفذ على مستوى الإدارة العليا**
- C. تستثمر التفكير العقلاني والقدرات الحدسية للمدربين
- D. تكون على المدى البعيد

ليس من ابعاد الاداره الاستراتيجيه

- A. البعد الاقتصادي
- B. البعد السياسي
- C. البعد الإداري**
- D. البعد التنظيمي

النموذج الذي يعتمد على القيمة والحماية من التقليد ومساحة النشاط هو نموذج

- A. 5 P
- B. 3 V
- C. PTV
- D. VIP**

### المحاضرة الثانية

تتمثل العلاقة بين رسالة المؤسسة وسبب تواجدها في كون

- A. رسالة المؤسسة ناتجة عن سبب تواجدها**
- B. سبب تواجدها المؤسسة ناتج عن رسالتها
- C. رسالة المؤسسة هي نفس سبب تواجدها
- D. سبب تواجدها المؤسسة لا علاقة له برسالتها

الوضع المستقبلي الذي ترغب المؤسسة ان تصل اليه والذي تعمل من اجله هو

- A. رؤيه المؤسسة**
- B. رساله المؤسسة
- C. الهدف الاستراتيجي للمؤسسة
- D. سبب تواجده المؤسسة

الاطار العام الذي يحكم نشاط وأداء المؤسسة هي .....

- A. اهداف المؤسسة
- B. رساله المؤسسة
- C. رؤيه المؤسسة
- D. قيم المؤسسة**

### المحاضرة الثالثة

يتم التحليل الاستراتيجي في

- A. ٣ اتجاهات**
- B. ٤ اتجاهات
- C. ٥ اتجاهات
- D. ٦ اتجاهات

للبيئة كم جانب ..؟

- A. ٣ جوانب
- B. ٤ جوانب**
- C. ٥ جوانب
- D. ٦ جوانب

ليس من مراحل تحليل البيئة الكلية

- A. جمع بيانات حول عوامل البيئة المؤثرة
- B. تصنيف عوامل البيئة المؤثرة
- C. تشخيص البيئة**
- D. التحليل

ليس من مراحل تحليل البيئه الكليه

- A. جمع عوامل البيئه المؤثره
- B. تصنيف عوامل البيئه المؤثره
- C. تحليل عوامل البيئه المؤثره
- D. دراسته الفرق بين العوامل المؤثره والعوامل الأخرى**

يتم تصنيف عوامل البيئه الخارجيه للمنظمه باستعمال نموذج

- A. PEST**
- B. VRIO
- C. VIP
- D. 5F

يستعمل نموذج PESTSL لـ

- A. تصنيف عوامل البيئه الخارجيه للمنظمه**
- B. حصر عوامل البيئه الداخليه للمنظمه
- C. تحليل عوامل البيئه الخارجيه للمنظمه
- D. تحليل عوامل البيئه الداخليه للمنظمه

يستعمل نموذج PESTSL لـ

- A. تصنيف عوامل البيئه الخارجيه للمنظمه**
- B. حصر عوامل البيئه الداخليه للمنظمه
- C. تحليل البيئه الخارجيه للمنظمه
- D. تحليل البيئه الداخليه للمنظمه

ليس من عناصر نموذج القوى التنافسيه لـ Porter

- A. المنتجات البديله
- B. المنافسون المحتمل دخولهم
- C. الموردون
- D. الابتكارات**

لا يدخل ضمن عناصر نموذج القوى التنافسيه لـ Porter

- A. المنتجات البديله
- B. المنافسون المحتمل دخولهم
- C. الإبداعات**
- D. الموردون

لا يظهر في نموذج القوى الخمسه

- A. الزبائن
- B. المنتجون المحتمل دخولهم
- C. المنتجات البديله
- D. الدوله

النموذج الذي يمثل خريطة للقطاع هو

- A. المجموعات الاستراتيجيه
- B. نموذج القوى الخمس
- C. سلسله القيمه
- D. نموذج pest

ليس من خصائص المجموعات الاستراتيجيه انها

- A. تمثل خريطة للقطاع
- B. تبين التنافس داخل المجموعه
- C. تبين بين المجموعات
- D. تظهر الكثافه التنافسيه في السوق

## المحاضرة الرابعة

ليس من أنواع الميزه التنافسيه التي ذكرها Porter

- A. الميزه عن طريق التكاليف
- B. الميزه عن طريق الجوده
- C. الميزه عن طريق التميز
- D. الميزه عن طريق التركيز

تقسم سلسله القيمه المؤسسه الى

- A. وظائف اساسيه ووظائف ثانويه
- B. وظائف داعمه ووظائف عمليه
- C. وظائف استراتيجيه ووظائف عاديه
- D. وظائف اداريه ووظائف مؤسسه

حسب نموذج porter فإن سلسله القيمه تقسم الى

- A. وظائف عمليه ووظائف ثانويه
- B. وظائف اوليه ووظائف ثانويه
- C. وظائف عمليه ووظائف داعمه
- D. وظائف اجرائيه ووظائف استراتيجيه

في سلسله القيمه يدخل الامداد الداخلي ضمن الوظائف ؛

- A. الثانويه
- B. الاساسية
- C. الداعمة
- D. العادية

في سلسلة القيمة تدخل الموارد البشرية ضمن الوظائف:

- A. الثانوية
- B. الاساسية
- C. الداعمة
- D. العادية

حسب Porter تكون مصادر الميزه التنافسيه موزعه عبر ...

- A. وظائف المنظمه
- B. الوظائف الاساسيه
- C. الوظائف العاديه
- D. الوظائف الثانويه

هي مجموعه من الوسائل الماديه واللاماديه التي تتوفر عليها المؤسسة من اجل خلق القيمة

A. الموارد

مجموعة الأنشطة والعمليات التي تستعمل من خلالها المؤسسة مواردنا هي

- A. القدرات الاستراتيجية للمؤسسة
- B. قدرات المؤسسة
- C. القدرات الدنيا للمؤسسة
- D. مهارات المؤسسة

النموذج الذي يساعد على تحديد خصائص القدرات الاستراتيجية هو نموذج

- A. VRIO
- B. ROVI
- C. VIRO
- D. RIOV

لا يدخل في اعتبارات نموذج VRIO

- A. القيمة
- B. مساحة النشاط
- C. الندرة
- D. صعوبة التقليد

## المحاضرة الخامسة

اول من استعمل عبارة نظرية اصحاب المصلحة هو

- A. Ansoff
- B. Mintzberg
- C. Drucker
- D. Porter

أول استعمال لعبارة ، نظريه أصحاب المصلحة ، كان في

- A. ١٩٦٦
- B. ١٩٦٧
- C. ١٩٦٨
- D. ١٩٦٩

أصحاب المصلحة المتعاقدون هم أصحاب المصلحة

- A. الاوليون
- B. الثانويون
- C. الداخليون
- D. الخارجيون

يقصد بتحليل السلطات

- A. تحليل السلطات المتواجدة داخل المنظمة
- B. تحليل اصحاب المصلحة
- C. تحليل سلطة الزبائن والموردين
- D. تحليل سلطة اصحاب الاسهم والمدير

## المحاضرة السادسة

صاحب المصلحة ذو الاهتمام الكبير والسلطة الضعيفه يجب

- A. إبلاغه
- B. منحه الجهد الأدنى
- C. منحه الاهميه القصوى
- D. ارضاؤه

صاحب المصلحة ذو الاهتمام الكبير والسلطة الضعيفه يجب

- A. إبلاغه
- B. التفاوض معه
- C. منعه
- D. ارضاؤه

صاحب المصلحة ذو السلطة الكبيرة والذي لا يولي اهتماما كبيرا بامور المؤسسة يجب

- A. إبلاغه
- B. منحة الجهد الأدنى
- C. منحة الاهمية القصوى
- D. ارضاؤه

صاحب المصلحة الذي يتميز باهتمام ضعيف وسلطه كبيره هو من يجب

- A. ارضاؤه
- B. إبلاغه
- C. منعه
- D. التفاوض معه

حسب تحليل أصحاب المصلحة الذي يقوم على الشرعيه والسلطه والاحاح فيعتبرون شركاء كاملين هم تتوفر فيهم

- A. خاصيه واحده
- B. خاصيتان
- C. ٣ خصائص
- D. ٤ خصائص

صاحب المصلحة الذي يتميز بالقدره والشرعيه يكون

- A. تابعا
- B. مسيطرا**
- C. محتاجا
- D. خطيرا

اذا كان صاحب المصلحة شرعيه وقدره دون الحاح فهو

- A. مسيطر**
- B. خطير
- C. نهائي
- D. تابع

صاحب السلطة الذي يتميز بالسلطة والاحاح يكون

- A. تابعا
- B. مسيطرا
- C. محتاجا
- D. خطيرا**

اذا كان صاحب المصلحة قدره والاحاح دون الشرعيه فهو

- A. مسيطر
- B. خطير**
- C. نهائي
- D. تابع

اذا كان صاحب المصلحة شرعيه والاحاح دون القدره فهو

- A. مسيطر
- B. خطير
- C. نهائي
- D. تابع**

اذا كان صاحب المصلحة شرعيه وسلطه والاحاح فهو

- A. مسيطر
- B. خطير
- C. نهائي**
- D. تابع

## المحاضرة السابعة

ياتي التحليل swot

- A. قبل التشخيص الاستراتيجي للبيئة الداخلية
- B. قبل التشخيص الاستراتيجي للبيئة الخارجية
- C. قبل التشخيص الاستراتيجي للبيئة الداخلية والخارجية
- D. بعد التشخيص الاستراتيجي للبيئة الداخلية والخارجية**

يبني التفكير في تحليل SWOT على مقارنه نتائج تشخيص .....

**A. البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للمؤسسة**

**B. البيئة الداخلية بالمنافسين**

**C. البيئة الخارجية للمؤسسة بالمنافسين**

**D. البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للمؤسسة بالمنافسين**

حسب مصفوفة TOWS تأتي الاستراتيجية الهجومية في خانة

**WO .A**

**SO .B**

**WT .C**

**ST .D**

تقوم المؤسسة ببناء قوى ذو طبع استراتيجيه هجوميه في حاله

**WO .A**

**SO .B**

**WT .C**

**ST .D**

حسب مصفوفة TOWS تأتي الاستراتيجية الدفاعية في خانة

**Wo .A**

**So .B**

**WT .C**

**ST .D**

تقوم المؤسسة ببناء قوى لوضع استراتيجية دفاعية في حالة

**Wo .A**

**So .B**

**WT .C**

**ST .D**

## المحاضرة الثامنة

لايدخل ضمن أدوات التحليل الاستراتيجي

**A. دورة حياة المنتج**

**B. المكانة التنافسية**

**C. اثر التجربة**

**D. حصة المؤسسة من السوق**

حسب نموذج دوره حياه المنتج فإن المنتج يمر بـ

**A. ٣ مراحل**

**B. ٤ مراحل**

**C. ٥ مراحل**

**D. ٦ مراحل**

تتميز المرحلة الأولى من دوره حياه المنتج بـ

**A. انعدام اقتصاديات الحجم**

B. استرجاع التكاليف

C. كثرة المنافسه

D. ارتفاع معدل النمو

من خصائص المرحلة الأولى من دوره حياه المنتج

**A. انعدام اقتصاديات الحجم**

B. قله التكاليف

C. كثيره الطلب

D. عدم رضا الزبائن

للمنتج خصائص وأوضاع تختلف باختلاف

A. الاستراتيجية التي تخصه

**B. المرحلة التي يوجد فيها**

C. مكانته في السوق

D. معدل نمو سوقه

لا يعود اثر التجربة الى

A. عملية التعلم التي تستفيد منها المؤسسة

B. التطور التقني الذي يرافق قطاع المؤسسة

**C. جاذبية قطاع المؤسسة**

D. اقتصاديات الحجم التي تستفيد منها المؤسسة وماتؤدي اليه من تأثير

من اهتم بعلاقه نسبه انخفاض التكلفة بنسبه زياده الإنتاج هم

**A. E.J Andress و W.B HIRSHMANN**

B. A.Chandler و E.J Andress

C. M.porler و W.B HIRSHMANN

D. E.J Andress و M.porler

## المحاضرة التاسعة

يعتمد نموذج BCGI على

A. المكانه التنافسيه وجاذبيه القطاع

**B. المكانه التنافسيه ومعدل نمو السوق**

C. معدل نمو السوق وجاذبيه القطاع

D. جاذبيه القطاع وحصه المؤسسه من السوق

الأسس التي يقوم عليها نموذج BCG هي

A. حصه المؤسسه من السوق ومعدل نمو السوق

**B. المكانه التنافسيه للمؤسسه ومعدل نمو السوق**

C. حصه المؤسسه من السوق ومكانتها التنافسيه

D. المكانه التنافسيه وجاذبيه القطاع

## لا يظهر في نموذج BCG

- A. النجم
- B. البقر الحلوب
- C. الترددات
- D. الاوزان الثقيله

الوحدات الاستراتيجية التي تتميز بحصة ضعيفة من السوق وتعرف سوقها معدل نمو مرتفع هي

- A. البقر الحلوب
- B. الاوزان الميتة (الكلاب)
- C. النجم
- D. الترددات

الوحدات الاستراتيجية التي تتميز بضعف الإيرادات والحاجة الكبيرة الى الاموال هي

- A. البقرة الحلوب
- B. الاوزان الميتة(الكلاب)
- C. النجم
- D. الترددات

الوحدات الاستراتيجية التي تتميز بحصه كبيره من السوق وتعرف سوقها معدل نمو مرتفع

- A. البقر الحلوب
- B. الاوزان الميتة ( الكلاب )
- C. النجم
- D. الترددات

الوحدات الاستراتيجية التي تتميز بكثرة الإيرادات والحاجة الكبيره الى الاموال هي

- A. البقر الحلوب
- B. الاوزان الميتة ( الكلاب )
- C. النجم
- D. الترددات

الوحدات الاستراتيجية التي تتميز بحصة كبيرة من السوق وتعرف سوقها معدل نمو منخفض

- A. البقر الحلوب
- B. الاوزان الميتة (الكلاب)
- C. النجم
- D. الترددات

تتميز مجالات النشاط الاستراتيجي المتواجدة في خاتة(البقر الحلوب) ب

- A. كثرة الحاجة الى الاموال وقلة الايرادات
- B. قلة الايرادات وقلة الحاجة الى الاموال
- C. كثرة الايرادات وقلة الحاجة الى الاموال
- D. كثرة الايرادات وقلة الحاجة الى الاموال

الوحدات الاستراتيجية التي تتميز بحصه قليله من السوق وتعرف سوقها معدل نمو منخفض

- A. البقر الحلوب
- B. الاوزان الميتة ( الكلاب )
- C. النجم
- D. الترددات

الوحدات الاستراتيجية التي تتميز بضعف الإيرادات وعدم الحاجة الى الأموال هي

- A. البقر الحلوب
- B. الكلاب**
- C. القطط
- D. القرده

يعد قطر الدائره في محفظه النشاط باستعمال العلاقه التاليه

- A.  $d = \sqrt{1/2 (pm/100)}$
- B.  $d = 1/2 \sqrt{(pm/100)}$**
- C.  $d = \sqrt{(pm/100)} * 1/2$
- D.  $d = \sqrt{(1/2 pm/100)}$

يقوم نموذج MAC Kinsev على تقاطع

- A. حصه المؤسسه من السوق ومعدل نمو السوق
- B. المكانه التنافسيه للمؤسسه ومعدل نمو السوق
- C. حصه المؤسسه من السوق ومكانتها التنافسيه
- D. المكانه التنافسيه وجاذبيه القطاع**

تتكون مصفوفه Mckenzy من

- A. ٣ خانات**
- B. ٢ خانات
- C. ١٠ خانات
- D. ١٢ خانة

لا يظهر في مصفوفه MAC Kinsev

- A. منطقه التردد**
- B. منطقه التخلي
- C. منطقه الحفاظ
- D. منطقه التطوير

مناطق مصفوفه Mac Kinsey هي

- A. التردد - التطوير - النجم
- B. التردد - النجم - البقر الحلوب
- C. التطوير - الحفاظ - التخلي**
- D. التطوير - البقر الحلوب - الكلاب

## المحاضرة العاشرة

ضمن أدوات استراتيجية الاعمال ، هناك ما يعرف بـ

- A. الاستراتيجية الالكترونية
- B. الساعه الالكترونية
- C. استراتيجية الساعه
- D. الساعه الاستراتيجي**

العملية التي تسمح للمؤسسة بتقسيم نشاطها الى وحدات متجانسه ومستقله هي

**A. التجزئه الاستراتيجيه**

B. التجزئه المتجانسه

C. تجزئه السوق

D. تجزئه النشاط

من اهداف التجزئه الاستراتيجيه

A. تحديد الحاجات الاستراتيجيه للمؤسسه

**B. حصر مختلف الوحدات الاستراتيجيه للمؤسسه**

C. تجزئه سوق المؤسسه

D. تنظيم العمل بالمؤسسه

في مجال التجزئه الاستراتيجيه ، البحث الذي يعتبر المرجع هو البحث الذي قدمه في سنة ١٩٧٩

**A. Abell**

B. Porter

C. Drucker

D. Hirschman

حسب D.F Abell فإن للمجال الاستراتيجي

A. بعدان اثنان

**B. ٣ ابعاد**

C. ٤ ابعاد

D. ٥ ابعاد

حسب porter فإن للميزة التنافسية مصدرين اثنين هما:

A. التكلفة المنخفضة والسعر المنخفض

B. الجودة المرتفعة والتكلفة المنخفضة

**C. التكلفة المنخفضة والتميز**

D. التميز والجودة المرتفعة

يحتوي نموذج الاستراتيجيات الجنيسه Porter-1980 على

**A. ٣ استراتيجيات**

B. ٤ استراتيجيات

C. ٥ استراتيجيات

D. ٦ استراتيجيات

تستدعي استراتيجيه السيطره من خلال التكاليف

A. التوريد بالحجم

**B. الإنتاج بالحجم**

C. التسويق بالحجم

D. البيع بالحجم

تتطلب استراتيجية السيطرة من خلال التكاليف توفر شرطين أساسيين احد هذين الشرطين ان يكون للمؤسسة

A. جودة عالية

**B. حصة كبيرة من السوق**

C. منافسين ضعفاء

D. منافسين اقوياء

من عيوب استراتيجيه السسطره من خلال التكاليف انها قد تؤدي الى الدخول في

A. المنافسه التكنولوجيه

**B. حرب الأسعار**

C. الطريق المسدود

D. تغيير الجوده

من إيجابيات استراتيجيه التميز انها تدفع بالمؤسسه نحو

**A. البحث ةالتطوير والابداع المستمر**

B. السيطرة على السوق

C. مطارده التكاليف

D. تخفيض الأسعار

تتمثل استراتيجية التميز في التوجه الى سوق واسعة وبمنتجات

A. منخفضة الاسعار

B. مرتفعة الاسعار

C. قوية الابداع

**D. مميزة**

تتطلب استراتيجية التميز توجيه منتجات المؤسسة

A. لجزء ضيق من السوق

**B. لجزء واسع من السوق**

C. لشريحة ضيقة من الزبائن

D. السوق الخارجية

عند التميز نحو الأعلى تحتاج المؤسسة إلى القدرة الكبيرة على

A. إعادة الهندسة

B. تخفيض التكاليف

C. تخفيض الأسعار

**D. الابداع**

عند التميز نحو الاسفل فان المؤسسة تحتاج الى قدرة كبيرة على

**A. اعادة الهندسة**

B. تخفيض التكاليف

C. تخفيض الاسعار

D. الابداع

يقول Porter أنه لا يمكن الاعتماد على اكثر من

**A. مصدر واحد للميزة التنافسية**

B. مصدرين اثنين للميزة التنافسية

C. ثلاثة مصادر للميزة التنافسية

D. أربعة للميزة التنافسية

حسب Porter فإن محاولة اتباع استراتيجية السيطرة من خلال التكاليف واستراتيجية التميز في نفس الوقت ، تؤدي إلى :

- A. الخروج من السوق
- B. اقتحام السوق
- C. الغرق في الطريق الوسط
- D. الطريق المسدود

في بعض الحالات عندما تريد المؤسسة تفادي المنافسة تختار استراتيجية

- A. التميز
- B. التركيز
- C. السيطرة من خلال التكاليف
- D. السيطرة من خلال التميز

عندما تختار المؤسسة أن تقدم عرضاً أفضل من عرض المنافسة بسعر أكبر فإنها تتبع استراتيجية

- A. التطهير مع زيادة السعر
- B. التفخيم مع زيادة السعر
- C. التميز مع زيادة السعر
- D. الجودة مع زيادة السعر

الاستراتيجية التي تقوم على تحسين مستوى قيمة العرض وتخفيض السعر بالمقارنة مع المنافسة هي

- A. استراتيجية التطهير
- B. استراتيجية التفخيم مع تخفيض السعر
- C. الاستراتيجية الهجينة
- D. الاستراتيجية المثلى

الاستراتيجية الهجينة هي الاستراتيجية التي تقوم على

- A. تخفيض مستوى قيمة العرض ورفع السعر بالمقارنة مع عرض المنافسة
- B. تخفيض مستوى قيمة العرض وتخفيض السعر بالمقارنة مع عرض المنافسة
- C. تحسين مستوى قيمة العرض ورفع السعر بالمقارنة مع عرض المنافسة
- D. تحسين مستوى قيمة العرض وتخفيض السعر بالمقارنة مع عرض المنافسة

الاستراتيجية التي تعتمد فيها المؤسسة على مصدرين للميزة التنافسية هي

- A. استراتيجية السيطرة من خلال التكاليف
- B. استراتيجية التطهير
- C. الاستراتيجية الهجينة
- D. استراتيجية التفخيم

عندما تفضل المؤسسة ان تقدم نفس عرض المنافسة بسعر اقل فانها تتبع استراتيجية

- A. السيطرة من خلال التكاليف
- B. التميز بالجودة
- C. اقتحام السوق
- D. التنوع

## المحاضرة الحادية عشر

تخص استراتيجيه الاعمال

**A. مجال النشاط الاستراتيجي**

B. مجال نشاط المؤسسه

C. قطاع المؤسسه

D. سوق المؤسسه

المنتجات الحاليه في اسواق الحاليه

**A. اختراق السوق**

B. تطوير السوق

C. تطوير المنتجات

D. التنوع

في نموذج Ansoff لسنة ١٩٥٧ يعرف التنوع على انه تقاطع المنتجات

A. الحاليه مع السوق الحاليه

B. الجديده مع السوق الحاليه

C. الحاليه مع السوق الجديده

**D. الجديده مع السوق الجديده**

المنتجات الجديده في اسواق جديده

A. اختراق السوق

B. تطوير السوق

C. تطوير المنتجات

**D. التنوع**

أهم الخيارات الاستراتيجية المتاحة للمؤسسة هي

A. التنوع والتبسيط

**B. التنوع والتخصص**

C. التبسيط والتخصص

D. التصدير والاستيراد

التنوع والتخصص يمثلان أهم الخيارات الاستراتيجية المتاحة

**A. المؤسسة**

B. لوحدات الاعمال

C. للوظائف

D. للقطاع

ليس من اهداف التنوع

A. التواجد

B. اعاده الانتشار

C. البقاء او التعزيز

**D. تخفيض التكاليف**

لا يدخل ضمن اهداف التنوع

- A. التواجد
- B. الحركية**
- C. اعاده الانتشار
- D. التعزيز

اذا كانت للمؤسسة مكانة تنافسية كبيرة في قطاع ذي جاذبية عالية، فإن التنوع يهدف إلى :

- A. التواجد**
- B. إعادة النشر
- C. البقاء أو التعزيز
- D. تخفيض التكاليف

اذا كانت للمؤسسة مكانة تنافسيه كبيره في قطاع ذي الجاذبيه ضعيفة فإن التنوع يهدف الى

- A. التواجد
- B. الحركيه
- C. اعاده الانتشار**
- D. التعزيز

اذا كان للمؤسسة مكانة كبيرة في القطاع ذي جاذبية ضعيفة فان التنوع بهدف

- A. التواجد
- B. اعادة الانتشار**
- C. البقاء او التعزيز
- D. تخفيض وتكاليف

عندما تكون للمؤسسة مكانه تنافسيه متوسطه في قطاع ذي جاذبية متوسطه بالنسبه لها تنوع

- A. التواجد
- B. الحركيه
- C. اعاده الانتشار
- D. التعزيز**

عندما تكون للمؤسسة مكانة تنافسية متوسطة في قطاع ذي جاذبية متوسطة ، فإن التنوع يهدف إلى

- A. التواجد
- B. إعادة النشر
- C. البقاء أو التعزيز**
- D. تخفيض التكاليف

يتم التنوع الجوارى عن طريق

- A. المنتجات والافراد
- B. المنتجات أو التكنولوجيا**
- C. الأسواق او التكنولوجيا
- D. الأسواق او الافراد

مد النشاط الى منتجات منافسه يصلح للمؤسسة التي تريد

- A. رفع انتاجها
- B. تخفيض تكاليفها
- C. تخفيض أسعارها
- D. تحسين حصتها من السوق

يسمح التنوع الخلفي ( العلوي ) للمؤسسة ان تتحكم الى درجة معينة

- A. مبيعاتها
- B. البحث عن الزبائن
- C. توريدها
- D. تحسين شبكة توزيعها

## المحاضرة الثانية عشر

عملية كمية تتمثل في ارتفاع بعض المؤشرات الاساسية لهذه الظاهرة

A. النمو

استراتيجية النمو الداخلي هي تلك الاستراتيجية التي تعتمد فيها المؤسسة على

- A. قدراتها ومواردها الداخلية من أجل تحقيق تنميتها
- B. قدراتها وبعض الموارد الخارجية من أجل تحقيق تنميتها
- C. بعض قدراتها وبعض الموارد الخارجية من أجل تحقيق تنميتها
- D. بعض قدراتها الداخلية وبعض الموارد الخارجية من أجل تحقيق تنميتها

من اهم ما يميز النمو الداخلي انه عملية

- A. متقطعة وطويلة الاجل
- B. متقطعة وقصيرة الاجل
- C. متواصلة وطويلة الاجل
- D. متواصلة وقصيرة الاجل

## المحاضرة الثالثة عشر

عندما تقرر المؤسسة اتباع عملية النمو الخارجي فيكون أمامها

- A. ٥ خيارات
- B. ٤ خيارات
- C. ٣ خيارات
- D. خيارين

من مزايا النمو الخارجي

- A. تزامن اكثر من ثقافه للمؤسسة
- B. رفع مستوى الربحية
- C. السرعه في النمو
- D. تخفيض التكاليف

### من عيوب النمو الخارجي

- A. تزامن اكثر من ثقافه للمؤسسه
- B. رفع مستوى الربحيه
- C. السرعه في النمو
- D. تخفيض التكاليف

### لايدخل ضمن اتجاهات النمو

- A. النمو الافقي
- B. النمو العمودي
- C. النمو الدائري
- D. النمو التوسعي

### يشار الاندماج التساوي بالعلاقه

- A.  $A=B=C$
- B.  $A+B=C$
- C.  $A=B+C$
- D.  $A+B=A$

### في مجال اندماج المؤسسه ، تدل العلاقه $A+B=C$ على

- A. اندماج الاستحواذ
- B. اندماج الجمع
- C. اندماج التناظر
- D. اندماج التساوي

### تدل المعادله $A+B=C$ على عمليه

- A. الشراء المتساوي
- B. اندماج التساوي
- C. شراء الامتصاص
- D. اندماج الامتصاص

### في مجال اندماج المؤسسه تدل علاقه $A+B=A$ على اندماج ...

- A. الاستحواذ
- B. الجمع
- C. التناظر
- D. التساوي

### العمليه التي تتمثل في جمع اصول مؤسستين من اجل تكوين مؤسسه واحده هي :

- A. الشراء والحيازه
- B. الاندماج والحيازه
- C. الاقتناء والحيازه
- D. الاندماج والضم

العملية التي تتمثل في التعاون على أساس جمع موارد وطاقات المؤسسة وموارد وطاقات مؤسسه او مؤسسات أخرى ما يعرف ب

- A. النمو المتقاسم
- B. الاندماج المتساوي
- C. الاقتناء المتساوي
- D. التكامل المتناسق

استراتيجيات النمو المتقاسم هي استراتيجيات التي تعتمد فيها المؤسسة في عملية نموها على

- A. نموها الداخلي ونموها الخارجي
- B. نموها الداخلي فقط
- C. قدراتها الذاتية وقدرات مؤسسات أخرى
- D. النمو المتقاسم بين مختلف الورش

استراتيجيات التعاون مع مؤسسات منافسه هي ما يعرف باستراتيجيات

- A. التكامل
- B. التحالف
- C. الشراكة
- D. التناظر

استراتيجيات التعاون مع مؤسسات غير منافسه هي ما يعرف باستراتيجيات

- A. التكامل
- B. التحالف
- C. الشراكة
- D. التناظر

في مجال النمو يأتي التعاون كبديل للطرق الأخرى لـ

- A. النمو الخارجي
- B. النمو الداخلي
- C. الامتصاص
- D. الحيازة

أهم الأسباب التي تؤدي الى اللجوء الى التحالف بين المؤسسات هي ،

- A. نقص رأس المال وضعف حصة السوق
- B. صعوبه التسويق وقله الإنتاج
- C. قله الإنتاج وقله رأس المال
- D. التغيرات البيئية والضغط التنافسي

التحالف بين المؤسسات عملية

- A. نهائية
- B. غير نهائية
- C. موسمية
- D. جزئية

لا يدخل ضمن انواع التحالف

- A. شبه التركيز
- B. شبه التجميع**
- C. التجميع
- D. التكامل

التحالف الذي تصبح بموجبه المؤسسات أو المؤسسات المتحالفة غير متنافسة ولكنها متكاملة هو تحالف

- A. شبه التركيز
- B. شبه التجميع
- C. التجميع
- D. التكامل**

التحالف الذي يؤدي بين انتقال وتحويل المعرفة والمهارات بين المؤسسات المتحالفة هو تحالف

- A. شبه التركيز
- B. شبه التجميع
- C. التجميع
- D. التكامل**

التحالف الذي يصلح فقط عندما تكون إمكانيات التكامل بين مؤسسات اطراف التحالف ضعيفة

- A. شبه التركيز
- B. شبه التجميع
- C. التجميع**
- D. التكامل

تعاون المؤسسة مع المؤسسات غير المنافسة هو ما يعرف باستراتيجيات

- A. التحالف
- B. الشراكة**
- C. الشراء
- D. الحيازة

تخلي العميل جزئيا او كليا عن نشاط او أنشطة ليقوم بها المورد هي ما يعرف بـ

- A. التكافل
- B. الاخرجة**
- C. التخلي
- D. التعاون

## المحاضرة الرابعة عشر

الاستراتيجية التي تعتمد مد حدود القطاع هي استراتيجية

- A. السيطرة من خلال التكاليف
- B. التميز
- C. المحيط الأزرق**
- D. التخصص

تعتبر الخارطة الاستراتيجية واحدا من أهم أدوات استراتيجيه

A. السيطرة من خلال التكاليف

B. التميز

C. المحيط الأزرق

D. التخصص

تم بحمد لله تبويب اسئلة الاختبار لعام ١٤٣٨ للترم الصيفي  
واخص بالشكر  
لوسيندا و ميوش و صدى الامل و ام ريما و ابو عبدالله والاسمري

جنون إحساس\*🔥