

امتحان مادة : الإدارة الإستراتيجية

أولاً: اختر الإجابة الصحيحة مما يلي : الحل بالورقة الالكترونية:

- 1- هي تلك العملية الإدارية التي يتم بموجبها إدارة كافة الموارد المتاحة في المؤسسة بصورة تضمن تحقيق كافة أهدافها وغاياتها.
أ- الإدارة الإستراتيجية ب- إدارة الموارد ج- الرؤية د- الخطة
- 2- ، تقييم البيئة الخارجية للمنظمة ، تحليل البدائل الاستراتيجية ، من مهام الإدارة الإستراتيجية.
أ- جلب العمالة ب- صياغة رسالة المنظمة ج- التعيين د- الإختيار
- 3- هي القرارات الهامة والمؤثرة التي تتخذها المنظمة لتعظيم قدرتها على الاستفادة مما تتيحه البيئة من الفرص ولوضع أفضل الوسائل لحمايتها مما تفرضه البيئة عليها من تهديدات.
أ- السياسة ب- الرسالة ج- الإستراتيجية د- الأهداف
- 4- مجموعة من العبارات الموجزة التي توضع بقصد إرشاد المديرين عند تعاملهم مع المواقف المتكررة.
أ- السياسات ب- الرسالة ج- الإستراتيجية د- الأهداف
- 5- تمثل خطة تنفيذية تعمل على تحقيق هدف استراتيجي معين ومحدد لها مسئول وميزانية وزمن ومجموعة من الموارد المادية والبشرية.
أ- السياسات الإستراتيجية ب- الرسالة الإستراتيجية ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف الإستراتيجية
- 6- تتمثل مراحل الإدارة الإستراتيجية في ثلاثة مراحل أساسية:
(مرحلة صياغة الإستراتيجية ، مرحلة تنفيذ الإستراتيجية ، مرحلة) .
أ- السياسة الإستراتيجية ب- الرسالة الإستراتيجية ج- تمكين الإستراتيجية د- تقييم الإستراتيجية
- 7- تتكون من التقاليد ، والقيم والأطر الأخلاقية للأفراد في مجتمع المنظمة ، دور المرأة في المجتمع ، وارتفاع مستوى التعليم.
أ- المتغيرات الإجتماعية ب- الرسالة ج- المتغيرات الإقتصادية د- الأهداف
- 8- الهدف الرئيسي لدراسة البيئة الداخلية للمنظمة هو تحديد العوامل الإستراتيجية فيها ، ومن ثم تقييمها لمعرفة في المنظمة.
أ- أنواع القوة والضعف ب- الفرص والتهديدات ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف

٩- من الممكن تصنيف البيئة الداخلية إلى ثلاثة محاور أساسية هي : ، والثقافة التنظيمية السائدة ، والموارد والإمكانات المتاحة لديها.

أ- السياسات ب- الرسالة ج- الهيكل التنظيمي د- الأهداف

١٠- تشكل مجموعة المعتقدات والتوقعات والقيم المشتركة التي تكوّن بمجملها معايير السلوك المقبول وغير المقبول داخل المنظمة.

أ- السياسات ب- الثقافة التنظيمية ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف

١١- تتمثل مستويات الإدارة الإستراتيجية في: (إستراتيجية المنشأة ، ، الإستراتيجية الوظيفية).

أ- إستراتيجية السوق ب- إستراتيجية المهام ج- إستراتيجية الأعمال د- إستراتيجية الأهداف

١٢- تتعلق أساساً بتعظيم الكفاءة الانتاجية بتجميع واستغلال المصادر المتاحة بكفاءة وفاعلية.

أ- السياسات ب- الإستراتيجية الوظيفية ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف

١٣- صنع حالة المشاركة من خلال إيجاد أفضل ربط بين مختلف أجزاء المؤسسة، صنع القيمة للمستثمرين

من خلال ما يتحقق من العائد الكبير، المساعدة في وصول المؤسسة إلى أن تصبح مؤسسة متعلمة على الدوام.

أ- المشاركة الوظيفية ب- الرسالة ج- فوائد الإدارة الإستراتيجية د- الأهداف

١٤- يعتبر عملية مفاضلة دقيقة بين بديلين استراتيجيين على الأقل، يتمتعان بقيمة واحدة أو متشابهة.

أ- السياسات ب- القرار الإستراتيجي ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف

١٥- يعتبر القرار الاستراتيجي أحد الحلقات المهمة في عملية،

ويستند إلى نتائج عملية التحليل الاستراتيجي التي تقوم بها المؤسسة.

أ- صياغة الإستراتيجية ب- تنفيذ الإستراتيجية ج- البرامج الإستراتيجية د- تقييم الإستراتيجية

١٦- هي تلك القرارات التي تؤثر بعمق في قدر ومستقبل المؤسسة من خلال التجارب والتوافق بين هذه القرارات ومتطلبات البيئة،

إذن هي القرارات التي تصنع في الإدارة العليا وهي تغطي مدى زمني طويل ينعكس على المؤسسة ككل.

أ- السياسات ب- الرسالة ج- البرامج الإستراتيجية د- القرارات الإستراتيجية

١٧- تتميز القرارات الإستراتيجية بـ إذ غالباً ما تمثل معالم رئيسية تسير المؤسسة على نهجها دون تغيير

يذكر وبالتالي تجدها بين قرارات الإدارة التي تستمر المؤسسة في العمل بها دون تغيير لفترات طويلة .

أ- التكرار ب- عدم التكرار ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف

١٨- هناك نواح معينة تميز القرارات الإستراتيجية وهي:، التأثير طويل الأجل، التحول الجذري في ممارسات

المؤسسة، الاعتماد على المزايا التنافسية، السرعة في تطبيق الاستراتيجيات، المرونة و الابتكار والتجديد.

أ- الإهتمام بالتغيرات البيئية ب- الرسالة ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف

- ١٩- تصنع بظروف استثنائية نتيجة لتهديدات متوقعة، وفرص بيئية مؤثرة يحتمل ظهورها في المستقبل.
أ- القرارات الإستراتيجية ب- الرسالة ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف
- ٢٠- تحدد كيفية الاستجابة للفرص المتاحة والمستجدة والتهديدات الخارجية وانفاط الفؤء والضعف الداخلية والخارجية بهدف تحقيق نفوق على المنافسات المنافسة.
أ- السياسات ب- الرسالة ج- البرامج الإستراتيجية د- الإستراتيجية
- ٢١- أول مراحل الإدارة الاستراتيجية هي
أ- السياسات ب- الرسالة ج- صياغة الإستراتيجية د- الإستراتيجية
- ٢٢- بيان رسمي يوضح سبب وجود المنظمة وطبيعة النشاط الذي تمارسه.
أ- رسالة المنظمة ب- الرسالة ج- البرامج الإستراتيجية د- الأهداف
- ٢٣- تصنع بظروف استثنائية نتيجة لتهديدات متوقعة، وفرص بيئية مؤثرة يحتمل ظهورها في المستقبل.
أ- القرارات التكتيكية ب- القرارات التشغيلية ج- القرارات التنفيذية د- القرارات الإستراتيجية
- ٢٤- وصول خدمات المنظمة إلى جميع مناطق الدولة، تطوير العاملين، زيادة الإنتاجية إلى مستوى معين من
أ- الإهتمام بالتغيرات البيئية ب- الرسالة ج- البرامج الإستراتيجية د- أهداف المنظمة
- ٢٥- هي مجموعة من المبادئ والقواعد التي تحكم سير العمل والمحددة سلفاً بمعرفة الإدارة.
أ- القيم ب- الرسالة ج- السياسات د- الإستراتيجية
- ٢٦- هي الخطة الشاملة التي تحدد كيفية إنجاز أهداف المنظمة ورسالتها.
أ- القيم ب- الرسالة ج- الخطة الإستراتيجية د- الإستراتيجية
- ٢٧- خلال مرحلة يجب أن تتحول استراتيجية المنظمة إلى أفعال ملموسة ذات نتائج لها دلالتها.
أ- تنفيذ الإستراتيجية ب- صياغة الإستراتيجية ج- تقويم الإستراتيجية د- الرقابة الإستراتيجية
- ٢٨- تركز على تحسين الوضع التنافسي لمنتجات أو خدمات المنظمة في صناعة معينة أو في قطاع سوقي معين.
أ- إستراتيجية المنظمة ب- إستراتيجية القطاع ج- إستراتيجية الأعمال د- إستراتيجية النشاط
- ٢٩- هي قرارات طويلة المدى وذات تأثير مهم على المؤسسة وتتخذ هذه القرارات في أعلى مستويات التنظيم وتتميز بمركزية عالية.
أ- القرارات التكتيكية ب- القرارات التشغيلية ج- القرارات التنفيذية د- القرارات الإستراتيجية
- ٣٠- يهدف إلى بقاء المنظمة وتحقيقها لميزة تنافسية في ظل تغيرات البيئة المحيطة.
أ- التوجه الإستراتيجي ب- التحكم الإستراتيجي ج- التكيف الإستراتيجي د- القرار الإستراتيجي

ثانياً : حدد ما اذا كانت العبارة صحيحة أم خاطئة بالورقة الالكترونية:

- ١- السياسة هي تعبير القادة من خلالها عن طموحاتهم بعبارات واضحة ودقيقة تحدد ملامح المستقبل الذي يريدونه لمنظماتهم.
- ٢- تدار الأزمة بواسطة مجموعة من القدرات الإدارية الكفوءة والمدرية تدريباً خاصاً في مواجهة الأزمات.
- ٣- تتم صياغة الرسالة بشكل استباقي لتعبر عن الرؤى المستقبلية الطموحة والغايات والأهداف التي ستعمل المؤسسة جاهدة على تحقيقها خلال فترة زمنية محددة.
- ٤- المشروع المشترك هو استراتيجية نمو تقوم فيها شركتان أو أكثر بإنشاء مؤسسة جديدة (أو منظمة) من خلال المشاركة في رأس المال السهمي للمنظمة الجديدة وبالموافقة على المشاركة في إدارتها بطريقة متفق عليها.
- ٥- أهداف المدراء هي القوة المؤثرة في صياغة الإستراتيجية.
- ٦- يزيل الاندماج الأفقي المنافسة الشديدة بين الوحدات التي تعمل في نفس خط الأعمال.
- ٧- السياسات التنظيمية هي اتفاقات مشتركة بين أعضاء التنظيم حول ما هو مرغوب أو غير مرغوب في مكان أو بيئة العمل.
- ٨- نشأ الاندماج الرأسي نتيجة تكامل تلك الوحدات التي تعمل في مراحل مختلفة من إنتاج المنتج.
- ٩- تتوقف كفاءة التحليل البيئي على مدى تنوع العوامل البيئية ومدى تعقدها ونشأتها وتأثيرها المتبادل لدراسة البيئة الداخلية.
- ١٠- مدى اشباع منتجات وخدمات الشركة لحاجات العملاء ، ومدى الالمام برغباتهم من نقاط قوة ووظيفة البيع.
- ١١- لكي تتوسع الشركة ، تحتاج إلى زيادة وصولها إلى العملاء المستهدفين الحاليين واكتساب عملاء جدد.
- ١٢- المتغيرات الدولية تشير إلى الوسائل والأساليب التي يتم إختيارها لإنجاز الأعمال أو الإنتاج سواء كانت مادية ملموسة أو غير مادية والاختراعات الجديدة.
- ١٣- إستراتيجية تخفيض حجم الأعمال تقوم المنظمة إما بإلغاء بعض الأنشطة أو أحد التوجهات الحالية بحيث تعمل بمعدلات أقل في الأنشطة أو تقدم تنازلات معينة
- ١٤- المتغيرات الثقافية هي العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية واللغة ونسبة الأمية، ومعدلات النمو السكاني والحركة السكانية وهيكل توزيع السكان
- ١٥- عرف تنفيذ الإستراتيجية من قبل عدة باحثين أنها عملية تؤثر في جميع أفراد المنظمة ، ابتداء من أعلى مستوياتها إلى أدناها ، فهو يشير إلى أن عملية تنفيذ الإستراتيجية عملية بالغة التعقيد.

- ١٦- لا يعني رسم الإستراتيجية أن المنظمة وصلت إلى ضمان نجاح عملية تنفيذها .
- ١٧- يحتل تنفيذ الإستراتيجية موقعا هاما في الإدارة الإستراتيجية ، التي لا يتم بلوغها بمجرد تحديد المنشأة للكيفية التي سيتم من خلالها إنجاز الأهداف .
- ١٨- يجب خلق درجة عالية من التوافق بين الإختيار الإستراتيجي و بين الهيكل التنظيمي للمنظمة ، فالعلاقة بينهما علاقة تفاعلية و ليست تبعية.
- ١٩- مدى التركيز في البيع ومدى إمكانية تجميع المعلومات عن السوق من نقاط قوة/ضعف وظيفية البيع.
- ٢٠- عندما يكون المنتج في مرحلة التقديم تبدأ الحصة التسويقية في النمو ولكن بنسب متناقصة وتبدأ الشرائح التسويقية في الإتساع مع إنخفاض درجة التطوير التكنولوجي في المنتج.
- ٢١- إستراتيجية النمو تعنى ان تقوم المنظمة بالحفاظ على وضعها حالي
- ٢٢- إستراتيجية الإستقرار تسعى الشركة فيها جاهدة لتحقيق نفس الهدف كما فعلت في الماضي.
- ٢٣- إذا كان الاقتصاد في حالة ركود ، أو إذا كان هناك نقص في الموارد المالية. يمكن إستخدام إستراتيجية التطوير.
- ٢٤- إذا كان هدف الشركة هو توليد النقد فإنها تلجأ لإستراتيجية النمو.
- ٢٥- يمكن للشركات أن تواجه خسائر إذا تم تطبيق إستراتيجية النمو المتواضع على المدى الطويل.
- ٢٦- إستراتيجية إختراق السوق تسعى الشركة فيها إلى زيادة حجم مبيعات المنتجات الحالية من خلال التعمق في الأسواق الحالية.
- ٢٧- إستراتيجية تطوير السوق تعنى استكشاف أسواق جديدة لمنتجات الشركة.
- ٢٨- إستراتيجية التركيز تشير إلى تركيز إمكانيات المنظمة في مجال واحد لكي تخصص فيه المنظمة.
- ٢٩- تطوير السوق يعني تطوير منتجات جديدة ومحسنة للبيع في الأسواق الحالية.
- ٣٠- إستراتيجية النمو تعني تطوير مجموعة أوسع من المنتجات لتوزيع المخاطر أو لتقليل المخاطر المرتبطة بالنمو.
- ٣١- المشروع المشترك هو إستراتيجية نمو تقوم فيها شركتان أو أكثر بإنشاء مؤسسة جديدة (أو منظمة) من خلال المشاركة في رأس المال السهمي للمنظمة الجديدة وبالموافقة على المشاركة في إدارتها بطريقة متفق عليها.
- ٣٢- إستراتيجية الشراكة تقوم المنظمة التي تتبع هذه الإستراتيجية إما بإلغاء بعض الأنشطة بحيث تعمل بمعدلات أقل .
- ٣٣- تشجيع استخدامات جديدة للمنتج القديم مثل استخدام القهوة خلال موسم الصيف عن طريق القهوة الباردة من إستراتيجيات تطوير السوق.
- ٣٤- بيع السلع الإلكترونية مثل الترانزستورات وما إلى ذلك في المناطق الريفية من إستراتيجيات إختراق السوق.

- ٣٥- عندما يصل المنتج إلى مرحلة النشبع / الانحدار تتركز عوامل القوة والضعف حول ترشيده التكاليف والإعتماد على التكاليف التنافسية.
- ٣٦- العامل الداخلي ينظر إليه كفرصة أو تهديد حسب الوضع الداخلي للمنظمة.
- ٣٧- العوامل الاستراتيجية الداخلية هي ببساطة كل إمكانيات المنظمة الداخلية والتي تتضمن المجالات الوظيفية المختلفة (الإنتاج / العمليات، البحوث والتطوير، التسويق، التمويل، الأفراد).
- ٣٨- العامل الخارجي ينظر إليه كنقطة قوة أو ضعف حسب الوضع الخارجي للمنظمة.
- ٣٩- في مصفوفة تقويم العوامل الخارجية يتم تقدير وزن لكل منها يتراوح ما بين صفر (غير مهم على الإطلاق)، وواحد صحيح (مهم جدا) .
- ٤٠- تقدير ترتيب لكل عنصر من ١ إلى ٤ حيث يمثل ترتيب ، (١) تهديدا كبيرا جدا، بينما ترتيب (٢) تهديد ثانوي، بينما يمثل ترتيب (٣) فرصة ثانوية، بينما يمثل ترتيب ٤ فرصة مهمة جدا.
- ٤١- في مصفوفة تقويم العوامل الخارجية المجموع النهائي للدرجة المرجحة الكلية لا ينبغي أن يزيد عن ٤ ولا يقل عن واحد صحيح.
- ٤٢- مصفوفة الملامح التنافسية تهدف إلى التعرف على العوامل الداخلية وتحديد أين تكمن نواحي القوة والضعف.
- ٤٣- المتغيرات السياسية والقانونية تشير إلى درجة الاستقرار السياسي، ودرجة التدخل الحكومي في ميدان الأعمال، الأحزاب نظام الحكومة في الضرائب.
- ٤٤- الشركة التي تتبع إستراتيجية النمو لا تقوم بأي أنشطة جديدة.
- ٤٥- تتبنى الشركة إستراتيجية الراحة أو التوقف المؤقت إذا تمتعت في الماضي بنمو سريع، تريد الشركة أن تأخذ قسطاً من الراحة قبل الدفع باتجاه النمو مرة أخرى.
- ٤٦- في إستراتيجية النمو المتواضع إذا حققت الشركة نمواً بنسبة ٥٪ العام الماضي ، ففي العام الحالي أيضاً ، تستهدف نفس النسبة المئوية.
- ٤٧- لا تتطوي إستراتيجية النمو على مخاطر كبيرة. ذلك لأن الشركة تركز على أداء المهام اليومية وتحقيق الأهداف السنوية.
- ٤٨- إختراق السوق من إستراتيجيات النمو الخارجي.
- ٤٩- الإندماحات من إستراتيجيات النمو الداخلي.
- ٥٠- إستراتيجية العمل تحت اسم منظمة أخرى من إستراتيجيات التطوير.

مع أطيب التمنيات بالنجاح والتوفيق