

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —

زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: — دقیقه

آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت استراتژیک

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی

۱۳۳۵۰۷

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: —

مجاز است.

امام علی<sup>(ع)</sup>: برتری مردم به یکدیگر، به دانش‌ها و خردهاست؛ نه به ثروت‌ها و تبارها.

۱. در فرآیند طراحی مدیریت استراتژیک بعد از مرحله اجرای استراتژیک، نوبت به چه مرحله‌ای می‌رسد؟

الف. تجزیه و تحلیل عوامل محیطی

ب. تدوین استراتژی

ج. ارزیابی استراتژی

د. بررسی نقاط قوت و ضعف

۲. هر سیاست سه وجه مشخص دارد، کدامند؟

الف. ارزیابی - اهداف - ابزار

ب. اهداف - محدودیتها - امکانات

ج. تاکتیک - اجرا - محدودیتها

د. ابزار - تدوین - تاکتیک

۳. گزینه صحیح را انتخاب کنید؟

الف. همیشه فقط یک طریق مشخص برای دستیابی به اهداف اساسی وجود دارد.

ب. استراتژی بیشتر مسیر تحقق هدف را تعیین می‌کند.

ج. هدف اصلی شرکتها بازرگانی دستیابی به حداکثر خدمت‌رسانی و خدمت می‌باشد.

د. روش و طریقه رسیدن به هدف سازمان را تاکتیک گویند.

۴. . . . . شکل و مراحل تحقق یک سیاست را مشخص می‌نماید.

الف. استراتژی

ب. تاکتیک

ج. اطلاعات

د. ابزار

۵. در مرحله تدوین استراتژی توجه به چه نکاتی دارای اهمیت است؟

الف. بررسی نظام اطلاعاتی و ابزارها

ب. بررسی هدف‌ها و تاکتیک‌ها

ج. بررسی اهداف و مأموریتها و رسالت سازمان

د. بررسی نظام انگیزش و فرهنگ سازمانی

۶. برنامه استراتژیک چه نوع برنامه‌ای است؟

الف. جامع و پیوسته

ب. نظامند

ج. وسیع و نامحدود

د. هماهنگ و قابل کنترل

۷. هدف کدام استراتژی، یافتن موقعیتی در صنعت است که مؤسسه‌اش بتواند به بهترین نحو در برابر نیروهای محیطی خود را حفظ کند و بر آنها اثر بگذارد؟

الف. استراتژی صنفی

ب. استراتژی فعلی

ج. استراتژی وظیفه‌ای

د. استراتژی متمرکز

۸. در کدام استراتژی مدل خط‌مشی هاروارد، این استراتژی بر اساس توانمندی شرکت در مقابل تهدیدات بنا شده است و هدف آن افزایش توانمندیها است؟

الف. WO

ب. SO

ج. WT

د. ST

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —

زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: — دقیقه

آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت استراتژیک

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی

۱۲۳۵۰۰۷

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: —

مجاز است.

۹. مدل رایت دارای چند مرحله اصلی است که همه مراحل تحت تاثیر نظام اطلاعاتی است؟

الف. چهار مرحله      ب. پنج مرحله      ج. سه مرحله      د. دو مرحله

۱۰. برای اجرای استراتژی در مدل رایت توجه به سه عنصر مد نظر می باشد کدامند؟

الف. رهبری - شرکت - نیروی انسانی      ب. ساختار - فعالیت - فرهنگ سازمانی

ج. ساختار - رهبری - فرهنگ سازمانی      د. شرکت - فعالیت - وظیفه

۱۱. کدام مدل ماحصل مدلهای دیگر است؟

الف. مدل رایت      ب. مدل هیل      ج. مدل مینزبرگ      د. مدل دیوید

۱۲. نقطه قوت مدل رقابتی پورتر چیست؟

الف. روش نظام گرا      ب. توجه به رقابت      ج. توجه به محیط      د. روش سیستماتیک

۱۳. اینکه مؤسسه در بازار رهبر باشد یا پیرو بستگی به چه عاملی دارد؟

الف. کارکنان      ب. بهره‌وری      ج. تکنولوژی      د. سودآوری

۱۴. اینکه افراد احساس کنند بین اهداف مشخص و سازمانی سازگاری وجود دارد که تلاش مضاعفی برای تحقق اهداف سازمان داشته باشند به کدامیک از ویژگی‌های هدف‌های بلند مدت اشاره دارد؟

الف. قابل فهم      ب. قابل قبول      ج. انعطاف‌پذیری      د. برانگیزنده

۱۵. در کدام استراتژی شرکت می‌کوشد در اجرای آن بر میزان مالکیت خود بیفزاید و شرکت عرضه کننده مواد اولیه را خریداری نماید؟

الف. استراتژی ادغام عمودی به بالا      ب. استراتژی ادغام عمودی به پایین

ج. استراتژی افقی      د. استراتژی متمرکز

۱۶. شرکتی که دارای تنوع کاری است یا حفظ وضع موجود و بقا را می‌خواهد از چه نوع استراتژی استفاده می‌کند؟

الف. استراتژی توسعه بازار      ب. استراتژی توسعه محصول      ج. استراتژی ترکیب      د. استراتژی تنوع همگون

۱۷. هدف استراتژی کاهش چه می‌باشد؟

الف. فروش یک واحد مستقل یا بخشی از سازمان می‌باشد.

ب. برای طولانی شدن دوره زندگی محصولات فعلی یا برای استفاده از حسن شهرت و نام تجاری به کار می‌رود.

ج. حفظ بقا و موجودیت سازمان است.

د. شرکت با دو یا چند شرکت دیگر، یک شرکت تضامنی موقت یا کنسرسیوم تشکیل می‌دهند.

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —

زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: — دقیقه

آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت استراتژیک

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی

۱۲۳۵۰۰۷

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: —

مجاز است.

۱۸. موقعیت رقابتی بر اساس چه معیاری تعیین می‌شود؟

الف. توانایی تولید ب. قیمت ج. بازار د. بهره‌وری

۱۹. . . . . به عنوان یک عامل تهدید در طراحی استراتژی بایستی مورد توجه قرار گیرد.

الف. بیکاری ب. مهاجرت ج. نرخ مرگ و میر د. رقابت

۲۰. « گاهی برتری در هزینه به طور قانونی قابل اعمال است، مثل داشتن حق امتیاز » به کدامیک از موانع ورود به بازار اشاره دارد؟

الف. سرمایه لازم ب. خط‌مشی دولت ج. صرفه مقیاس د. مقدار هزینه، مستقل از اندازه

۲۱. در کدامیک از زمینه‌های رقابت، موانعی در راه رقبا ایجاد کرده ولی به ایشان اعتراض نمی‌کنیم؟

الف. رقابت متمرکز ب. رقابت محافظه کارانه ج. رقابت کاری د. رقابت کلی

۲۲. فرآیندی که برای اعمال مدیریت فرهنگ سازمان توصیه شده است شامل چند مرحله است؟

الف. پنج مرحله ب. سه مرحله ج. چهار مرحله د. دو مرحله

۲۳. در کدامیک از انواع فرهنگ سازمان، سازمانها به نوآفرینی، ریسک‌پذیری و آزادی عمل تأکید دارند؟

الف. سازمانهایی با فرهنگ تیمی ب. سازمانهایی با فرهنگ باشگاهی

ج. سازمانهایی با فرهنگ علمی د. سازمانهایی با فرهنگ سنگری

۲۴. مهمترین عنصر در درون و بیرون سازمان که در موفقیت و عدم موفقیت هر سازمان محسوب می‌شود بیان نمایید؟

الف. اطلاعات ب. تکنولوژی ج. رقبا د. نیروی انسانی

۲۵. استراتژیهای . . . . . روشهایی برای هماهنگ سازی مهارتها، منابع و توانمندیهای تجاری سازمان به شمار می‌روند؟

الف. تولید ب. وظیفه‌ای ج. منابع انسانی د. تحقیق و توسعه

۲۶. تعمیم دادن تدوین استراتژیها در حوزه‌های وظیفه‌ای . . . . . است.

الف. دشوار ب. راحت ج. غیرممکن د. اختیاری

۲۷. هدف اولیه یک استراتژی مالی را بیان کنید؟

الف. کنترل هزینه‌ها ب. تأمین سرمایه ج. برنامه‌ریزی درآمد د. کنترل فروش

۲۸. وظیفه مدیران تولید و عملیات چه می‌باشد؟

الف. فروش و جذب مشتری ب. خرید مواد اولیه ارزان و تولید

ج. تأمین اعتبار و طراحی محصول د. طراحی و مدیریت فرایندها

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —  
زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: — دقیقه  
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت استراتژیک  
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی  
۱۳۳۵۰۰۷

مجاز است.

استفاده از: —

کد سری سؤال: یک (۱)

۲۹. « مطالعه رفتار رقبا، کشف فرصتهای تجاری جدید، ارائه طرحها » جز وظایف کدامیک از استراتژیهای ذیل می باشد؟

- الف. استراتژی تولید و عملیات    ب. استراتژی منابع انسانی    ج. استراتژی بازاریابی    د. استراتژی وظیفه‌ای
۳۰. سه تفاوت عمده استراتژی وظیفه‌ای و اصلی را نام ببرید؟
- الف. نیروی انسانی، مشارکت و توسعه، قیمت    ب. مشخص بودن، افق زمانی، مشارکت و توسعه
- ج. مکان، بازار، قیمت    د. نیروی انسانی، مشخص بودن، بازار