

امام خمینی<sup>(ع)</sup>: این محرم و صفر است که اسلام را زنده نگه داشته است.

۱. «بدست آوردن مالکیت یا افزایش کنترل بر سیستم توزیع یا خرده فروشی ها» تعریف چه نوع استراتژی است؟

الف. یکپارچگی عمودی به پائین

ب. یکپارچگی عمودی به بالا

د. توسعه بازار

ج. یکپارچگی افقی

۲. «بدست آوردن مالکیت یا افزایش کنترل بر شرکت های رقیب» تعریف چه نوع استراتژی است؟

الف. یکپارچگی عمودی به پائین

ب. یکپارچگی عمودی به بالا

د. توسعه محصول

ج. یکپارچگی افقی

۳. اعلان ورشکستگی بیانگر چه نوع استراتژی است؟

الف. واگذاری

ب. انحلال

ج. تنوع

د. کاهش

۴. فروش یک واحد مستقل یا بخشی از یک سازمان را چه می نامند؟

الف. انحلال

ب. هرس کردن

ج. ورشکستگی

د. کاهش

۵. کدام نوع استراتژی تدافعی نوعی شکست محسوب می شود؟

الف. انحلال

ب. واگذاری

ج. کاهش

د. هرس کردن

۶. هنگامی که سازمان در کاری که انجام می دهد بسیار موفق باشد کدام استراتژی را باید برگزیند؟

الف. یکپارچگی افقی

ب. توسعه بازار

ج. رسوخ در بازار

د. یکپارچگی عمودی

۷. کدامیک از موارد زیر دلیل ادغام و خرید شرکت نیست؟

الف. استفاده بهینه از ظرفیت موجود

ب. کم کردن نیروهای ستادی مدیریت

ج. استفاده بهینه از نیروهای کار موجود

د. افزایش بدهی مالیاتی

۸. از دیدگاه پورتر بهترین راه برای توصیف نوع فعالیتی که شرکت انجام می دهد کدام است؟

الف. مزیت رقابتی

ب. زنجیره ارزش

ج. استراتژی تمایز

د. رهبری هزینه

۹. بیان فلسفه، بیان باورها، بیان اصول سازمان و بیان مقصود معرف چه چیزی است؟

الف. بیانیه چشم انداز

ب. بیانیه رسالت

ج. هدف

د. بیانیه ماموریت

۱۰. بحث و بررسی نیروهای خارجی با کمک ابزارها و اصول و مفاهیم چه نام دارد؟

الف. تجزیه و تحلیل صنعت

ب. تجزیه و تحلیل خارجی

ج. بررسی عوامل محیطی

د. بررسی عوامل رقابت

۱۱. از دیدگاه فراند کدام گزینه از ویژگیهای عوامل موفقیت شرکت نمی باشد؟

الف. قابل سنجش و اندازه گیری بودن

ب. محدود و انگشت شمار بودن

ج. کاربرد نداشتن در همه شرکتهای رقیب

د. قرار گرفتن در سلسله مراتب سازمانی

۱۲. از دیدگاه شرکت ای. دی. ال کدام متغیر جزء شاخصهای پیش بینی جو سیاسی است؟

الف. پیشرفت های فنی

ب. نرخ تورم

ج. الگوی مصرف

د. نرخ بهره

۱۳. در تجارت و بازرگانی (همانند حالتی که در ارتش وجود دارد) کدام مورد به عنوان یکی از کلیدها و رمزهای موفقیت به حساب می آید؟

الف. اختلال در کار رقیب

ب. کسب اطلاعات محرمانه از رقیب

ج. وادار کردن رقیب به کاهش قیمتها

د. خریداری شرکت های رقیب

۱۴. هنگام استفاده از مقایسه سازمان با بهترین ها (Benchmarking) بر کدام استراتژی تأکید دارد و با چه هدفی انتخاب می شود؟

الف. تجدید ساختار - کاهش هزینه

ب. مهندسی مجدد - کاهش هزینه

ج. تجدید ساختار - توسعه بازار

د. مهندسی مجدد - توسعه بازار

۱۵. مشهورترین سازمان مشاوره ریزی استراتژیک کدام است؟

الف. مرکز مدیریت استراتژیک

ب. شبکه رهبری استراتژیک

ج. گروه مشاوران بستن

د. آکادمی اطلاع رسانی مدیریت

۱۶. در میان نیروهای رقابتی پورتر کدام نیرو دارای بالاترین قدرت است؟

الف. هم چشمی بین شرکت های رقیب

ب. توان مصرف کنندگان در چانه زنی

ج. توسعه بالقوه محصولات جایگزین

د. توان بالقوه برای ورود قبای جدید

۱۷. هنگامی که مشتریان بسیار متمرکز یا به صورت انبوه باشند، یا اینکه با حجم زیاد خریداری نمایند در کدام عامل رقابتی پورتر مورد بررسی قرار می گیرند؟

الف. توان بالقوه برای ورود رقباى جدید

ب. توان عرضه کنندگان مواد اولیه در چانه زنی

ج. توان مصرف کنندگان در چانه زنی

د. توان بالقوه برای توسعه محصولات جایگزین

۱۸. کدام عامل سنگ بنای فرآیند تدوین استراتژی اثر بخش است؟

الف. سازماندهی

ب. برنامه ریزی

ج. نیروی انسانی

د. کنترل

۱۹. فعالیت هایی که حول محور تامین نیروی انسانی صورت می گیرد در راستای کدام مرحله از فرایند مدیریت استراتژیک است؟

الف. تدوین استراتژی

ب. اجرای استراتژی

ج. ارزیابی استراتژی

د. کنترل استراتژی

۲۰. افق برنامه ریزی در سطوح بالای مدیریت چند سال است؟

الف. ۳ تا ۵ سال

ب. بیشتر از پنج سال

ج. ۲ تا ۵ سال

د. ۴ تا ۵ سال

۲۱. تعیین کارها، روابط بین پستها، اختیارات سازمانی و ایجاد هماهنگی هدف کدام وظیفه مدیریت است؟

الف. برنامه ریزی

ب. تأمین منابع انسانی

ج. سازماندهی

د. رهبری

۲۲. کدام وظیفه مدیر در بحث تدوین استراتژی مطرح می شود؟

الف. برنامه ریزی

ب. منابع انسانی

ج. سازماندهی

د. رهبری

۲۳. کدامیک از گزینه های زیر از فعالیت های مربوط به فروش محصولات و خدمات ( که سومین وظیفه بازاریابی است ) می باشد؟

الف. مدیریت نیروی فروش

ب. بسته بندی

ج. شکل و کیفیت محصول

د. کنترل قیمت

۲۴. کدام نسبت نشان دهنده توانائی شرکت در باز پرداخت بدهی های جاری و کوتاه مدت است؟

الف. نسبت سودآوری

ب. نسبت رشد

ج. نسبت فعالیت

د. نسبت نقدینگی

۲۵. تصمیم گیرهای مربوط به نوع فن آوری ، محل کارخانه یا کارگاه ، تجزیه و تحلیل جریان تولید از جمله کدامیک از وظایف

مدیریت تولید است؟

الف. کیفیت

ب. فرآیند

ج. موجودی کالا

د. ظرفیت

۲۶. کدام گزینه به ترتیب بیانگر مراحل تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) است؟

الف. فهرست مهمترین عوامل داخلی - تعیین ضریب عوامل - اختصاص نمره به عوامل - تعیین نمره نهایی هر عامل - محاسبه

مجموع نمره های نهایی هر عامل

ب. فهرست مهمترین عوامل داخلی - اختصاص نمره به عوامل - تعیین ضریب عوامل - تعیین نمره نهایی هر عامل - محاسبه

مجموع نمره های نهایی هر عامل

ج. فهرست مهمترین عوامل داخلی - اختصاص نمره به عوامل - تعیین ضریب عوامل - محاسبه مجموع نمره های نهایی هر

عامل - تعیین نمره نهایی هر عامل

د. فهرست مهمترین عوامل داخلی - تعیین ضریب عوامل - اختصاص نمره به عوامل - محاسبه مجموع نمره های نهایی هر

عامل - تعیین نمره نهایی هر عامل

۲۷. جمع نمره های نهایی در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی چند است؟

الف. ۱۰ تا ۲۰

ب. ۲/۵ تا ۴/۵

ج. ۱ تا ۴

د. ۱ تا ۳

۲۸. استراتژیست ها باید سعی کنند از کدام یک از گزینه های زیر پرهیز کنند؟

الف. مدیریت مبتنی بر هدف

ب. مدیریت مبتنی بر استقراء

ج. مدیریت مبتنی بر ارزیابی

د. مدیریت مبتنی بر کنترل

۲۹. در کدامیک از راه کارهای « مدیریت غیرمبتنی بر هدف » زیر دیدگاه اصلی جمله « توانایی در حل مسأله همان معیار حقیقی

است که مورد نظر تدوین کنندگان واقعی استراتژی ها است » می باشد؟

الف. مدیریت مبتنی بر امید

ب. مدیریت مبتنی بر بحران

ج. مدیریت مبتنی بر قضاوت های ذهنی

د. مدیریت مبتنی بر استقراء

۳۰. ماتریس گروه مشاوران بستن (BCG) در کدام مرحله چهارچوب تحلیلی برای تدوین استراتژیها می باشد؟

الف. مرحله ورودی

ب. مرحله خروجی

ج. مرحله تصمیم گیری

د. مرحله مقایسه

۳۱. کدام گزینه در مرحله تصمیم گیری و انتخاب استراتژی مورد استفاده قرار می‌گیرد؟

- الف. ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی  
ب. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی  
ج. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی  
د. ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک

۳۲. در تدوین کدام استراتژی (TOWS) سازمان می‌کوشد با استفاده از نقاط قوت داخلی از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری نماید؟

- الف. SO  
ب. WT  
ج. ST  
د. WO

۳۳. در ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک، استراتژیهای رقابتی در کدام ناحیه قرار می‌گیرد؟

- الف. ناحیه اول  
ب. ناحیه دوم  
ج. ناحیه سوم  
د. ناحیه چهارم

۳۴. در ماتریس گروه مشاوران بستن وقتی که شرکت در موقعیت گاو شیرده قرار می‌گیرد باید از کدام استراتژی استفاده کند؟

- الف. توسعه محصول یا استراتژیهای همگون  
ب. استراتژیهای تمرکز  
ج. استراتژیهای یکپارچگی  
د. استراتژیهای رسوخ

۳۵. در ماتریس داخلی و خارجی (IE) برای بخش‌هایی که در خانه ۳ و ۵ قرار می‌گیرند چه نوع استراتژی توصیه می‌شود؟

- الف. توسعه محصول  
ب. استراتژی تمرکز  
ج. یکپارچگی عمودی  
د. یکپارچگی افقی

۳۶. در چه زمانی بر اساس ماتریس استراتژی اصلی، «استراتژی مشارکت» به‌کار گرفته می‌شود؟

- الف. رشد سریع بازار و موقعیت رقابت قوی  
ب. رشد سریع بازار و موقعیت رقابت ضعیف  
ج. موقعیت رقابت ضعیف و رشد کند بازار  
د. رشد کند بازار و موقعیت رقابت قوی

۳۷. در فرآیند اجرای استراتژی کدام ساختارهای موجود از همه ساختارها ارزانتر است؟

- الف. ساختار وظیفه‌ای  
ب. ساختار ماتریسی  
ج. ساختار بخشی  
د. ساختار بخشی بر اساس محصول

۳۸. کدامیک از گزینه‌های زیر درست است؟

- الف. در اجرای استراتژی بر اثر بخشی تاکید می‌شود.  
ب. در اجرای استراتژی بر کارائی تاکید می‌شود.  
ج. اصولاً اجرای استراتژی یک فرآیند ذهنی است.  
د. تدوین استراتژی یک فرآیند عملیاتی است.

۳۹. کدامیک از گزینه‌های زیر موجب بروز اختلاف و تعارض می‌شود؟

- الف. مأموریت سازمان  
ب. دیدگاه‌های مدیریت  
ج. هدفهای بلند مدت  
د. فناوری

۴۰. در کدام روش تغییر استراتژی به افراد اطلاعات کافی می‌دهند و آنها را متقاعد می‌سازند که باید تغییراتی صورت گیرد؟

- الف. تغییر استراتژی به روش علمی  
ب. تغییر استراتژی به روش آموزشی  
ج. تغییر استراتژی مبتنی بر منافع شخصی  
د. تغییر استراتژی به روش بخردانه