

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

درس: برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات ۱۱۱۵۰۵۶ - مدیریت فناوری اطلاعات (کسب و کار الکترونیک)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت منابع اطلاعاتی)، مدیریت فناوری اطلاعات (سیستمهای اطلاعاتی پیشرفته)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت دانش) ۱۲۱۸۳۲۵

۱- کدام گزینه معنی کسب و کار الکترونیکی را بدرستی بیان می کند ؟

۱. استفاده از اینترنت جهت انجام امور کسب و کار سازمان
۲. استفاده از ابزار و روش الکترونیک جهت انجام امور کسب و کار سازمان
۳. استفاده از ابزار الکترونیکی برای پرداخت هزینه کالا و خدمات در کسب و کار
۴. استفاده از ابزار فناوری اطلاعات برای موارد مختلف کسب و کار الکترونیکی

۲- کدام گزینه شاخصه های مهم و اساسی استراتژی را بدرستی نشان می دهد ؟

۱. جهت گیری طولانی مدت سازمان، کاهش هزینه و افزایش سود دهی، برنامه ریزی کلی برای به کار گیری منابع سازمان
۲. جهت گیری طولانی مدت سازمان، نفوذ به حوزه کاری رقبا، رویکرد مشتری مداری برای بدست آوردن مزیت رقابتی
۳. جهت گیری طولانی مدت سازمان، بدست آوردن مزیت رقابتی بر رقبا، برنامه ریزی کلی برای به کار گیری منابع سازمان
۴. جهت گیری طولانی مدت سازمان، کاهش واسطه های غیر ضروری، نفوذ به حوزه کاری رقبا

۳- کدام استراتژی در گیر پیاده سازی استراتژی واحدهای کاری در رابطه با منابع، پروسه ها و افراد است؟

۱. استراتژی سطوح بالای سازمانی (Corporate-level strategy)
۲. استراتژی واحدهای کاری (Business unit strategy)
۳. استراتژی کسب و کار (Business strategy)
۴. استراتژی عملیاتی (Operational strategy)

۴- کدام گزینه دو مرحله اصلی سیر تکاملی تکنولوژی را بدرستی بیان می کند؟

۱. مرحله نصب (Installation Period)، مرحله توسعه (Deployment Period)
۲. مرحله راه اندازی (Operational Period)، مرحله بلوغ (Maturity Period)
۳. مرحله نصب (Installation Period)، مرحله بلوغ (Maturity Period)
۴. مرحله توسعه (Deployment Period)، مرحله تکامل (Perfections Period)

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات ۱۱۱۵۰۵۶ - مدیریت فناوری اطلاعات (کسب و کار الکترونیک)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت منابع اطلاعاتی)، مدیریت فناوری اطلاعات (سیستمهای اطلاعاتی پیشرفته)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت دانش) ۱۲۱۸۳۲۵

۵- کدام مورد سه روش اصلی ایجاد خلاقیت را بدرستی بیان می کنند؟

۱. استخدام افراد با تخصصهای مختلف، انجام جلسات طوفان مغزی، توسعه تفکرات غیر معمول و غیر محتمل
۲. تسهیل ارتباطات بین اجزا مختلف سازمان، در نظر گرفتن نظرات مختلف، ایجاد پایگاههای گسترده داده و اطلاعات
۳. استفاده گسترده از سیستمهای مدیریت دانش، ایجاد حجم گسترده ای از اطلاعات و تجربه، استفاده گسترده از خدمات مشاورهای
۴. ایجاد حجم گسترده ای از اطلاعات و تجربه، توسعه نظرات مختلف به صورت گسترده، توسعه تفکرات غیر معمول و غیر محتمل

۶- مدیرانی که توانایی زیادی در خلاقیت ندارند ولی توان تحلیل بسیار بالا دارند، اصطلاحاً به چه توانایی تقسیم بندی می گردند؟

۱. راهبردان (Strategist)
۲. اجرا کنندگان قابل (Efficient performers)
۳. نظریه پرداز (Visionaries)
۴. رهبران (Leaders)

۷- کدام رویکرد مدیریتی است که به صورت سیستماتیک با مسائل برخورد کرده و راه حل بنیادی تری را ارائه داده، ولی نسبتاً به زمان بیشتری نیاز دارد؟

۱. تحلیلی (Analytical)
۲. بینشی (Intuition)
۳. نظریه پردازی (Visionaries)
۴. آزمایشی (Experimentally)

۸- سه سوال بنیادی که در مشخص کردن چارچوب استراتژی کسب و کار الکترونیکی، باید مطرح گردد کدامند؟

۱. سازمان به کجا می رود؟؛ سازمان چه اهدافی را جهت الکترونیکی کردن کسب و کار دنبال می کند؟؛ سازمان چه منابعی نیاز دارد؟
۲. وضعیت کنونی سازمان چگونه است؟؛ میزان تهدیدها و فرصتها در حوزه های کاری؟ چگونه به اهداف کسب و کار الکترونیکی رسید؟
۳. کجا و چه حوزه های سازمان می خواهد رقابت کند؟؛ چه ارزشی را سازمان می خواهد ایجاد کند؟ چگونه سازماندهی سازمان برای ایجاد و ارائه ارزش مورد نظر؟
۴. اهداف عالی سازمان کدامند؟ میزان آگاهی مدیران از اهداف چقدر است؟ ریسکهای موجود و آتی در راه رسیدن به اهداف کدامند؟

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات ۱۱۱۵۰۵۶ - مدیریت فناوری اطلاعات (کسب و کار الکترونیک)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت منابع اطلاعاتی)، مدیریت فناوری اطلاعات (سیستمهای اطلاعاتی پیشرفته)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت دانش) ۱۲۱۸۳۲۵

۹- پنج شاخص ساختاری که مشخص کننده مزیت‌های صنعتی (industry attractiveness) است کدامند؟

۱. هوشمندی مشتریان (customer intelligence)، رقابتی بودن صنعت (industry rivalry)، موانع ورود (barriers to entry)، قدرت خرید مشتریان (buyers spending power)، دقت و کیفیت اطلاعات (accuracy and quality of information)

۲. تعداد شرکتهای همکار (allied organization)، قدرت معامله گری فروشندگان (bargaining power of suppliers)، قدرت معامله گری خریداران (buyers bargaining power)، قدرت خرید مشتریان (buyers spending power)، میزان اطلاعات موجود (available information)

۳. رقابتی بودن صنعت (industry rivalry)، موانع ورود (barriers to entry)، محصولات جایگزین (substitute products)، قدرت معامله گری فروشندگان (bargaining power of suppliers)، قدرت معامله گری خریداران (buyers bargaining power of suppliers)

۴. رقابتی بودن صنعت (industry rivalry)، موانع ورود (barriers to entry)، دقت و کیفیت اطلاعات (accuracy and quality of information)، هوشمندی مشتریان (customer intelligence)، محصولات جایگزین (substitute products)

۱۰- هزینه های ثابت بالا (High fixed costs)، اعتماد و وفاداری به برند خاص (Trust and brand loyalty)، یادگیری پیچیده (A steep learning curve) و هزینه بالای عوض کردن (High switching costs)، فاکتورهای کدامیک از معیارهای مزیت صنعتی می باشند؟

۱. قدرت معامله گری      ۲. جایگزین ها      ۳. رقابت صنعتی      ۴. موانع ورود

۱۱- کدام گزینه چهار ابعاد اصلی محیط کلی کسب و کار (macro-environment) را بدرستی بیان می کند؟

۱. محیط سیاسی و حقوقی، محیط اقتصادی، محیط اجتماعی، محیط فنی
۲. محیط رقابتی، محیط اقتصادی، محیط اجتماعی، محیط اطلاعاتی
۳. محیط کاربردی، محیط سیاسی و حقوقی، محیط فنی، محیط اجتماعی
۴. محیط رقابتی، محیط داخلی، محیط بیرونی، محیط فنی

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات ۱۱۱۵۰۵۶ - مدیریت فناوری اطلاعات (کسب و کار الکترونیک)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت منابع اطلاعاتی)، مدیریت فناوری اطلاعات (سیستمهای اطلاعاتی پیشرفته)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت دانش) ۱۲۱۸۳۲۵

۱۲- در تقسیم بندی بازار کاری (Market segmentation) چه بخش هایی تقسیم شده باید چه معیارها و شاخصه هایی داشته باشد؟

۱. قابل گزارش دهی (Reportable)، قابل اندازه گیری شدن (Measurable)، قابل کار کردن (Actionable)، قابل پیشبینی (Predictable)

۲. قابل ردیابی (Traceable)، قابل گزارش دهی (Reportable)، قابل اندازه گیری شدن (Measurable)، قابل کار کردن (Actionable)

۳. قابل اندازه گیری بودن (Measurable)، قابل توجه بودن (Substantial)، قابل تمایز بودن (Differentiable)، قابل کار کردن (Actionable)

۴. قابل تمایز بودن (Differentiable)، قابل کار کردن (Actionable)، قابل ردیابی (Traceable)، قابل پیشبینی (Predictable)

۱۳- تقسیم بازار کاری (Market segmentation) بر اساس نحوه استفاده مشتریان از محصولات و سرویسها به کدامیک از تقسیم بندی های زیر اشاره دارد ؟

۱. تقسیم آماری (Demographical Segmentations)

۲. تقسیم رفتاری (Behavioral segmentation)

۳. تقسیم کاربردی (Functional segmentation)

۴. تقسیم سازمانی (Organizational segmentation)

۱۴- تمرکز بر روی قسمت خاصی از بازار (market segment)، با هدف بدست آوردن اعتبار و اطمینان مشتریان در آن بخش خاص و گسترش با ارائه محصولات دیگر در همان حوزه خاص، به کدام روش انتخاب بازار اشاره دارد ؟

۱. تخصص انتخابی (Selective specialization)

۲. تخصص محصولی (Product specialization)

۳. تخصص سرویسی (Service specialization)

۴. تخصص بازاری (Market specialization)

۱۵- تفاوت بین آنچه یک مشتری دریافت می کند (با استفاده از محصول و یا خدمات) و هزینه ای که برای تولید آن ایجاد شده، اصطلاحاً به چه چیزی اشاره دارد ؟

۱. ارزش تولید شده

۲. سود تولید شده

۳. بازدهی ایجاد شده

۴. کارائی ایجاد شده

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات ۱۱۱۵۰۵۶ - مدیریت فناوری اطلاعات (کسب و کار الکترونیک)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت منابع اطلاعاتی)، مدیریت فناوری اطلاعات (سیستمهای اطلاعاتی پیشرفته)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت دانش) ۱۲۱۸۳۲۵

۱۶- مازاد مشتری (consumer surplus) را کدامیک از گزینه ها بدرستی بیان می کند؟

۱. تفاوت بین آنچه مشتری از یک محصول دریافت میکند و هزینه ای که برای آن محصول پرداخت می کند.
۲. حداکثر سودی که یک مشتری در یک حوزه زمان محدود برای ارائه کننده خدمات خواهد داشت.
۳. تفاوت بین ، حداکثر مبلغی که مشتری حاضر است برای یک محصول پرداخت کند و آنچه مشتری پرداخت کرده.
۴. حداقل سودی که یک مشتری در یک حوزه زمان محدود برای ارائه کننده خدمات خواهد داشت.

۱۷- چهار عنصر اصلی مدیریت ارتباط با مشتری کدامند؟

۱. انتخاب مشتری (Customer Selection)، جذب مشتری (Customer Acquisition)، نگهداری مشتری (Customer Retention)، توسعه مشتری (Customer Extension)
۲. جستجو برای مشتری (Customer Searching)، ارزیابی مشتری (Customer Assessment)، جذب مشتری (Customer Acquisition)، نگهداری مشتری (Customer Retention)
۳. جستجو برای مشتری (Customer Searching)، مکان یابی مشتری (Customer Locating)، نگهداری مشتری (Customer Retention)، توسعه مشتری (Customer Extension)
۴. انتخاب مشتری (Customer Selection)، ارزیابی مشتری (Customer Assessment)، جذب مشتری (Customer Acquisition)، نگهداری مشتری (Customer Retention)

۱۸- کدام گزینه استراتژی رهبری هزینه (Cost Leadership) را بدرستی بیان می کند ؟

۱. تولید محصولات منحصر به فرد و ارائه آنها با قیمت های دلخواه
۲. پیشگامی در تعیین هزینه محصولات و خدمات در حوزه خاص
۳. ارائه محصول و یا سرویس با قیمت پایین تر از رقبا
۴. پیشگامی در تکنولوژی و نوآوری و ارائه محصولات با قیمت دلخواه

۱۹- کدام استراتژی تمرکز بر ارائه ارزش و منفعت بیشتر به مشتریان، نسبت به آنچه رقبا ارائه می دهند، دارد ؟

۱. ارزش افزوده (Added Value)
۲. تمایز (Differentiation)
۳. رهبری هزینه (Cost Leadership)
۴. رهبری تکنولوژی (Technology Leadership)

۲۰- پایین آمدن هزینه تولید یک محصول خاص با بالا بردن میزان تولید آن محصول به کدام مفهوم اقتصادی اشاره دارد ؟

۱. اقتصاد محصول (Economic of Product)
۲. اقتصاد تولید (Economic of Production)
۳. اقتصاد دامنه (Economic of Scop)
۴. اقتصاد حجمی (Economic of Scale)

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات ۱۱۱۵۰۵۶ - مدیریت فناوری اطلاعات (کسب و کار الکترونیک)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت منابع اطلاعاتی)، مدیریت فناوری اطلاعات (سیستمهای اطلاعاتی پیشرفته)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت دانش) ۱۲۱۸۳۲۵

۲۱- اصطلاح کاستیهای پیشگامی (Early Mover Disadvantage)، به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. پیشگامی در رهبری هزینه ممکن است منجر به عدم سود دهی شود، خصوصا در کوتاه مدت و در فناوری اطلاعات و حوزه های مربوطه
۲. پیشگامی در تمایز ممکن است به سرعت منجر به کپی برداری توسط رقبا شده و تمایز را از بین ببرد
۳. پیشگامی در تکنولوژیهای جدید، به دلیل ناشناخته ها و عدم پیشبینی پذیری در بازار و تکنولوژی، لزوما مزیت رقابتی نسبت به رقبا به همراه نخواهند داشت
۴. پیشگامی بیشتر در حوزه های مدیریتی موثر بوده و در حوزه تکنولوژی عموما با شکست روبرو شده

۲۲- در تجارت الکترونیک فعالیتهایی از قبیل قبول سفارشات بر خط مشتری، و قبول پرداخت های الکترونیکی به چه نوع فعالیتهایی اشاره دارد؟

۱. فعالیتهای ارتباطی
۲. فعالیتهای تراکنشی
۳. فعالیتهای توضیحی
۴. فعالیتهای کارکردی

۲۳- دلایلی که ممکن است سازمانها را به جای خرید به سمت تولید داخلی سوق دهد کدامند ؟

۱. ارتباط نزدیک بین فعالیتهای مختلف در سازمان، محرمانگی و امنیت، هزینه بالای خرید
۲. حفظ کنترل سازمانی، محرمانگی و امنیت، هزینه بالای خرید
۳. خود داری فروشندگان در انتقال تکنولوژی، هزینه بالای نگهداری، محرمانگی و امنیت
۴. ارتباط نزدیک بین فعالیتهای مختلف در سازمان، محرمانگی و امنیت، هزینه بالای نگهداری

۲۴- شش مورد مهمی که در توسعه نقشه راه استراتژی باید مورد توجه قرار گیرند در کدامیک از گزینه های زیر به درستی و ترتیب درست نشان داده شده اند؟

۱. چشم انداز (vision) ← ارزیابی داخلی (internal Analysis) ← ارزیابی خارجی (External Analysis) ← اهداف (Quantifiable Objectives) ← سازماندهی شرکت (Organization Set Up) ← مدل کسب و کار (Business Model)
۲. چشم انداز (vision) ← ارزیابی محیطی (Environment Analysis) ← انتخاب استراتژی (Strategy Selection) ← تولید ارزش (Value Creation) ← اهداف (Quantifiable Objectives) ← تولید ارزش (Value Creation)
۳. چشم انداز (vision) ← اهداف (Quantifiable Objectives) ← تولید ارزش (Value Creation) ← بازار هدف (Target Market) ← سازماندهی شرکت (Organization Set Up) ← مدل کسب و کار (Business Model)
۴. چشم انداز (vision) ← ارزیابی کسب و کار (Business Analysis) ← ارزیابی محیطی (Environment Analysis) ← بازار هدف (Target Market) ← سازماندهی شرکت (Organization Set Up) ← مدل کسب و کار (Business Model)

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت فناوری اطلاعات ۱۱۱۵۰۵۶ - مدیریت فناوری اطلاعات (کسب و کار الکترونیک)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت منابع اطلاعاتی)، مدیریت فناوری اطلاعات (سیستمهای اطلاعاتی پیشرفته)، مدیریت فناوری اطلاعات (مدیریت دانش) ۱۲۱۸۳۲۵

۲۵- چشم انداز را کدامیک از گزینه های زیر بدرستی تعریف می کند؟

۱. ارزش سازمانی و مشخص کننده نحوه ایجاد و یا تولید ارزش در سازمان
۲. نقش و یا مأموریت سازمان و توجیه کننده دلایل وجودی سازمان
۳. مجموعه ای از اهداف بلند مدت سازمان
۴. مشخص کننده نقطه مطلوبی که سازمان می خواهد در آینده به آن برسد