

۱- عناصر تفکر استراتژیک از دیدگاه مینتزبرگ و لاسیکا کدامند؟

- (۱) اجرای فرضیه - تفکر بموقع - چشم انداز سیستمی - نیت متمرکز - فرصت طلبی هوشمندانه
- (۲) اجرای فرضیه - برنامه ریزی - تصمیم گیری شهودی - فرصت طلبی
- (۳) اجرای فرضیه - تفکر بموقع - مدل ذهنی - فرصت طلبی
- (۴) هیچکدام

۲- " پیوند گذشته به حال و حال به آینده برای ایجاد تصمیم گیری " به عقیده مینتزبرگ و لاسیکا در مرحله از تفکر استراتژیک انجام می پذیرد .

- (۱) چشم انداز سیستمی
 - (۲) فرصت طلبی هوشمندانه
 - (۳) ثبت متمرکز
 - (۴) تفکر بموقع
- ۳- برنامه ریزی عمدتاً درون سازمانی ، از پایین به بالا، مدام در حال تغییر و مبتنی بر هدفگذاری کمی است.

- (۱) مبتنی بر ارزش
 - (۲) بلند مدت
 - (۳) استراتژیک
 - (۴) غلتان
- ۴- اقدامات مبتنی بر تصمیمات پیشین را می نامند .

- (۱) گسترش طولی
- (۲) انعطاف پذیری
- (۳) گسترش عرضی
- (۴) برنامه ریزی مجازی

۵- کدامیک از گزینه های زیر از جمله ویژگی های اهداف بلند مدت ، در سازمان نیست ؟

- (۱) چالشی
- (۲) قابل سنجش
- (۳) باثبات
- (۴) شهودی

۶- توالی گام به گام اقدامات برای دستیابی به اهداف اساسی را می نامند.

- (۱) سیاست
- (۲) برنامه
- (۳) ماموریت
- (۴) چشم انداز

۷- کدامیک از گزینه های زیر بیانگر دوره های تکامل برنامه ریزی در سازمان ها است ؟

- (۱) بازارگرایی - پست مدرن - فراصنعتی

- (۲) محصول گرایی - بازارگرایی - فراصنعتی

- (۳) مدیریت عملی - تعاملی - محصول گرایی

- (۴) مدیریت علمی - مدیریت استراتژیک - برنامه ریزی غلتان

۸- قدرت زیاد تولیدکنندگان و تولید انبوه از ویژگی های کدامیک از دوره های تحول برنامه ریزی در سازمان ها است ؟

- (۱) دوره ارتجاعی
- (۲) دوره بازارگرایی

- (۳) دوره مدیریت استراتژیک
- (۴) دوره محصول گرایی

۹- کدامیک از گزینه های زیر از جمله ویژگی های دوره فراصنعتی نیست؟

- (۱) تاکید بر دانش و اطلاعات
- (۲) فعالیت در محیطی با پیچیدگی زیاد

- (۳) قدرت برابر خریداران و تولیدکنندگان
- (۴) تاثیر زیاد عوامل بیرونی

۱۰- در گرایش تکنولوژی اصلی ترین عامل تغییر بوده و خلافت از میزان

اهمیت زیادی برخوردار است ؟

- (۱) تعاملی ۲ () غیر فعال (۳) ارتجاعی (۴) فعال

۱۱- کدامیک از موارد زیر از جمله ویژگی های SBU نیست؟

- (۱) نسبتاً خود مختار (۲) بدون تعامل با محیط بیرونی
(۳) مرکز مسئول سودآوری (۴) بازار و محصول مشخص

۱۲- سه مرحله اصلی مدیریت استراتژیک عبارتند از :

- (۱) تحلیل محیط - ساختار - کنترل و ارزیابی
(۲) طراحی و توسعه استراتژی - اجرای استراتژی - کنترل و ارزیابی
(۳) طراحی فرایند ارتباطی - طراحی ساختار - طراحی استراتژی
(۴) طراحی و توسعه استراتژی - طراحی فرایند ارتباطات - کنترل و ارزیابی
۱۳- تهیه و تدارک استراتژی بصورت پیشاپیش و توسعه آگاهانه و هدفمند آن از دیدگاه مینتزبرگ در زمره کدامیک از دیدگاه ها در تعریف استراتژی قرار می گیرد؟

- (۱) الگو (۲) موقعیت (۳) نگرش (۴) طرح

۱۴- تئوری بازی مبتنی بر طرحی کامل برای مشخص ساختن هر نوع حرکت در بازی ، جنگ یا رقابت است . کدامیک از دیدگاه های پنج گانه مینتزبرگ معرف یک تعریف از استراتژی بر اساس تئوری بازی است ؟

- (۱) الگو (۲) موقعیت (۳) مانور (۴) طرح

۱۵- شعار یک شرکت تولید محصولات شوینده " همیشه کیفیت ، همیشه تاژ " است . این شعار تعریفی از استراتژی از دیدگاه است.

- (۱) نگرش (۲) موقعیت (۳) الگو (۴) طرح

۱۶- اجرای کامل و دقیق اهداف ، انحراف صفر هنگام اجرا ، مشارکت و پذیرش جمعی استراتژی از ویژگی های کدامیک از استراتژی است ؟

- (۱) اضطراری (۲) کاملاً مدبرانه (۳) کارآفرین (۴) چتری

۱۷- اگر مدیری با طرح های تحقیقاتی محصولات جدید سازمان موافقت نماید به شرط آنکه حداکثر هزینه های صرف شده از ۱۰۰ میلیون تومان فراتر نرود. نوع استراتژی اتخاذ شده کدامست ؟

- (۱) اضطراری (۲) تحمیلی (۳) چتری (۴) منفصل

۱۸- مناسب ترین استراتژی برای سازمان های بزرگ ، دارای ادارات ، واحدهای متنوع ، محیط های پیچیده و غیرقابل کنترل استراتژیاست.

- (۱) چتری (۲) فرایندی (۳) منفصل (۴) تحمیلی

۱۹- کدامیک از استراتژی های زیر در گروه استراتژی های اضطراری قرار نمی گیرند؟

- (۱) اجماعی (۲) چتری (۳) کارآفرین (۴) فرایندی

۲۰- اجرای سیاست کاهش نرخ سود در بانک ها در راستای استراتژی با دولت است.

- (۱) همراهی (۲) اتحاد (۳) پرهیز (۴) تغییر

۲۱- در چند سال اخیر کشور چین با اتخاذ مناطق آزاد و تنها با ارایه نیروی کار ارزان قیمت ، مواد اولیه را وارد و پس از انجام کار تولیدی ، آن را صادر می کند ، این نوع استراتژی را می نامند.

- (۱) فصلی (۲) ارزش افزوده (۳) کاربر (۴) ارزش

۲۲- حذف برخی از محصولات و زیر بخش های بازار برای مدیریت هزینه های شرکت یکی از اقدامات در راستای استراتژی است.

- (۱) ثبات (۲) کاهش (۳) توسعه (۴) ترکیبی

۲۳- استراتژی یک تولیدکننده برای عرضه مستقیم محصولات به مصرف کننده نهایی با هدف کاهش قیمت تمام شده و به نفع مشتری ، معرف کدامیک از استراتژی های فرعی است ؟

- (۱) ادغام پیشرو (۲) ادغام پسرو (۳) توسعه افقی (۴) توسعه بازار

۲۴- اگر یک تولید کننده کفش، کارخانجات دباغی و تولید چرم را خریداری کند ، استراتژی را در پیش گرفته است.

- (۱) ادغام پیشرو (۲) ادغام پسرو (۳) توسعه افقی (۴) توسعه بازار

۲۵- شرکت جنرال موتورز با خرید کمپانی اتومبیل سازی کره ای دوو ، راهبرد را اعمال نموده است.

- (۱) تنوع (۲) توسعه افقی (۳) توسعه بازار (۴) توسعه محصول

۲۶- از این استراتژی هنگامی استفاده می شود که شرکت بخواهد به طور همزمان در کوران رقابت ، ریسک خود را کاهش دهد.

- (۱) استراتژی تنوع (۲) استراتژی تک محصولی

- (۳) استراتژی ادغام (۴) استراتژی توسعه بازار

۲۷- دو کمپانی دایملر و کرایسلر خودرویی را با نام فورد دایملر کرایسلر به بازار عرضه کرده اند این محصول حاصل راهبرد است .

- (۱) ادغام (۲) حذف محدود (۳) همکاری مشترک (۴) تنوع همگن

۲۸- انتخاب تلفیق مناسبی از قیمت ، نحوه توزیع ، پیشبرد فروش و ویژگی های محصول ، استراتژی در واحد بازاریابی است.

- (۱) آمیخته بازاریابی (۲) نفوذ در بازار (۳) توسعه بازار (۴) توسعه محصول

۲۹- کمپانی والت دیزنی همواره بر ضرورت اولین برخورد کارکنان همراه با لبخند در شهرهای بازی و هنگام مواجهه آنها با مشتریان تاکید می نماید این تاکید معرف است.

- (۱) راهبرد شرط بندی (۲) راهبرد متهورانه (۳) راهبرد توافق نسبی (۴) راهبرد عامل کلیدی موفقیت

۳۰- این گزاره بیانگر چیست : " مادامی که یک پارادایم حاکم است ، قواعد اثر بخشی را برای درک و حل مسائل بشر در اختیار می گذارد "

- (۱) چرخه عمر پارادایم (۲) واقع گرایی پارادایم (۳) ریشه داری پارادایم (۴) تعدد پارادایم

۳۱- درون مایه اصلی استراتژی های یک سازمان ، معتبر و منفعت ساز است.

- (۱) پارادایم های (۲) فرصت های (۳) قواعد (۴) محیط

۳۲- آنچه که فرصت ها را می سازد است.

- (۱) دولت (۲) مدیران (۳) قواعد (۴) محیط

۳۳- ملاک تعیین سطح هوشیاری سازمان ها در ایجاد پارادایم های جدید در کدامیک از سطوح پارادایم ها نهفته است ؟

- (۱) سطح اول (۲) سطح دوم (۳) سطح سوم (۴) سطح چهارم

۳۴- باورها ، تئوری ها و دانشی که به قدرت اشخاص بر می گردد و پایه رویکرد یک مدیر است را می نامند .

- (۱) قاعده خاص (۲) پارادایم ساده (۳) پارادایم خاص (۴) پارادایم عمومی

۳۵- استراتژی که اساساً بر مبنای پارادایم جاری در محیط شکل می گیرد ؟

- (۱) آگاهانه (۲) خلاقانه (۳) آینده نگر (۴) آینده ساز

۳۶- این نوع استراتژی بسیار قاعده شکن و همواره بر خلق پارادایم های جدید و ایجاد مزیت رقابتی تاکید دارد .

- (۱) آگاهانه (۲) خلاقانه (۳) آینده نگر (۴) آینده ساز

۳۷- کدامیک از نظریه پردازان زیر به شکل گیری استراتژی بر اساس شهود و ابتکار تاکید می ورزند؟

(۱) آنسوف - پورتر (۲) آنسوف - مینتزبرگ (۳) مینتزبرگ - اوهما (۴) پورتر - اوهما

۳۸- در این دیدگاه، تحلیل های کمی نقش به سزایی در فرایند اتخاذ استراتژی دارد.

(۱) شکل گیری استراتژی علمی (۲) شکل گیری استراتژی هنری
(۳) دیدگاه تلفیقی (۴) هیچکدام

۳۹- کدامیک از مکاتب زیر از جمله مکاتب زیر گروه پارادایم تجویزی نیست؟

(۱) مکتب یادگیری (۲) مکتب طراحی (۳) مکتب برنامه ریزی (۴) مکتب موقعیت یابی

۴۰- پیام کدامیک از مکاتب مدیریت استراتژیک " ماندن در خانه و محاسبه کردن بجای بیرون رفتن از خانه و آموزش دیدن " است؟

(۱) مکتب کارآفرینی (۲) مکتب شناختی (۳) مکتب طراحی (۴) مکتب موقعیت یابی

۴۱- ویژگی مکتب موقعیت یابی در و استراتژی های آن است .

(۱) کمی بودن - رقابتی بودن (۲) اقتصادی بودن - رقابتی بودن

(۳) پیچیده بودن - متنوع بودن (۴) کمی بودن - پیچیده بودن

۴۲- در این مکتب بیشتر بر یافتن گوشه ای امن از بازار با هدف رشد ، تاکید می گردد .

(۱) مکتب شناختی (۲) مکتب طراحی (۳) مکتب موقعیت یابی (۴) مکتب کارآفرینی

۴۳- مکتب یادگیری مبتنی بر کدامیک از موارد ذیل است ؟

(۱) اعمال قدرت (۲) یادگیری فردی و جمعی

(۳) مدیر به عنوان استراتژیست (۴) استراتژی ذهنی

۴۴- در مکتب قدرت گرایی تاثیرگذارترین عامل بر استراتژی است .

(۱) محیط بیرون سازمانی (۲) قدرت خرد سازمان

(۳) مدیران سازمان (۴) گروه های ذینفع

۴۵- در مکتب قدرت گرایی تاثیرگذارترین عامل بر استراتژی است .

(۱) محیط بیرون سازمانی (۲) قدرت خرد سازمان

(۳) مدیران سازمان (۴) گروه های ذینفع

۴۶- طرفداران ایجاد استراتژی سنفی ، کدامیک از گزینه های ذیل را جوهره استراتژی می نامند؟

(۱) الگو (۲) دیدگاه (۳) برنامه (۴) مانور

۴۷- کدامیک از گزینه های ذیل ، سه موضوع مهم فرایند استراتژی صنفی را از دیدگاه آندروز بیان می کند ؟

- (۱) محیط - فرهنگ - رفتار
(۲) ساختار - فرهنگ - رفتار
(۳) محیط - منابع - فرهنگ
(۴) فرهنگ - ساختار - منابع

۴۸- کدامیک از رویکردهای حاکم در زمینه مدیریت استراتژیک مبتنی بر پارادایم تجویزی است ؟

- (۱) مبتنی بر منابع استراتژیک
(۲) مبتنی بر ارزش مدیریتی
(۳) افزون گرایی منطقی
(۴) خود ساماندهی

۴۹- در رویکرد فرایند پایه برنامه ریزی استراتژیک ایجاد کمیته ها و طراحی برنامه کاری آنها معمولاً توسط چه فردی انجام می پذیرد ؟

- (۱) مدیر واحد برنامه ریزی
(۲) مدیر تحقیق و توسعه
(۳) مدیر ارشد
(۴) مدیر فنی و عملیاتی

۵۰- در تعامل موجود زنده با محیط پیرامون ، اساس تدوین استراتژی بر مبنای کدام رویکرد است ؟

- (۱) افزون گرایی منطقی
(۲) سناریوپردازی
(۳) تامین منابع از بیرون
(۴) خودسازمان دهی

۵۱- کدامیک از رویکردهای زیر معتقد به درهم آمیختن تنظیم استراتژی و اجرای آن در عمل است ؟

- (۱) افزون گرایی منطقی
(۲) خود سازماندهی
(۳) مبتنی بر هدف
(۴) منابع استراتژیک

۵۲- کدامیک از گزینه های زیر از جمله گام های استراتژیک در رویکرد قواعد ساده نیست ؟

- (۱) استقبال از شگفتی ها
(۲) استمرار در حرکت
(۳) شکار فرصت ها
(۴) تکیه بر موقعیت های پایدار

۵۳- غرق شدن در فرایندهای موجود و تاکید بر تصحیح کارهای نادرست قبلی مغایر با کدامیک از رویکردهای زیر است ؟

- (۱) منابع استراتژیک
(۲) قواعد ساده
(۳) نوآوری و قاعده شکنی
(۴) برونسپاری

۵۴- مذاکرات استراتژیک در کدامیک از سازمان ها متداول تر است ؟

- (۱) سازمان های تخت
(۲) ادارات تخصصی
(۳) سازمان های دولتی
(۴) سازمان های مجازی

۵۵- مشخصه قالب پارادایم تجویزی و مدل های استراتژیک معرفی شده در این قالب کدام است ؟

- (۱) رویکرد شهودی
(۲) رویکرد فرایندی
(۳) رویکرد رقابتی
(۴) رویکرد تلفیقی

۵۶- مدل های استراتژیک معرفی شده توسط آنسوف و مینتزبرگ در کدام یک از قالب های زیر می گنجند؟

(۱) پارادایم توصیفی (۲) رویکرد فرایندی (۳) پارادایم تجویزی (۴) رویکرد تحول

۵۷- آنچه که فلسفه وجودی سازمان را معرفی کرده و نیات کلی سازمان را بیان می کند؟

(۱) چشم انداز (۲) ایدئولوژی (۳) ارزش ها (۴) مأموریت

۵۸- کدامیک از گزینه های زیر از جمله موضوعات استراتژیک سازمان تلقی نمی شود؟

(۱) عرضه محصولات و خدمات (۲) نیاز به بازار

(۳) تکالیف سازمان (۴) تکنولوژی

۵۹- در صورت دقیق تر شدن اطلاعات و ایجاد تردید در استراتژی ، مناسب ترین راه برای انتخاب گزینه های استراتژیک کدام است؟

(۱) اجماع نظرات (۲) انتخاب فردی (۳) انتخاب گروهی (۴) سناریو پردازی

۶۰- کدام یک از گزینه های زیر از جمله مولفه های اهرمی برای افزایش اثر بخشی اجرای استراتژی نیستند؟

(۱) ساختار سازمانی (۲) هدایت و رهبری (۳) منابع انسانی (۴) فرهنگ سازمانی

۶۱- تسری یافتن استراتژی در تمام عملیات روزمره سازمان را می نامند.

(۱) نهادینه سازی (۲) برنامه ریزی عملیاتی (۳) رویه سازمانی (۴) فرهنگ استراتژیک

۶۲- کدامیک از گزینه های زیر تعریف دقیق تری از ماهیت استراتژی ارایه می دهد؟

(۱) فطرت و ذات استراتژی

(۲) جوهره حرکت در جهت تحقق مأموریت ها و اهداف کلان

(۳) تکالیف و مقررات حاکم بر استراتژی

(۴) گزینه (۱) و (۳)

۶۳- کدامیک از گزینه های زیر از جمله ابزارهای عمومی قابل به کارگیری در فرایند برنامه ریزی استراتژیک نیست؟

(۱) جدول (ماتریس) ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

(۲) ماتریس داخلی ، خارجی (IEM)

(۳) مدل کارت امتیازی متوازن (BSC)

(۴) ماتریس SWOT

۶۴- کدامیک از گزینه های زیر به عنوان ارکان جهت ساز در فرایند عمومی برنامه ریزی استراتژیک شناخته می شوند؟

(۱) روش تحلیل شکاف (۲) مأموریت (۳) دیاگرام اهم (۴) SWOT

۶۵- در روش تحلیل شکاف ، در صورتی که شکاف بین فرصت ها ، تهدیدها با نقاط قوت و ضعف زیاد باش پیشنهاد می شود تا

- (۱) از استراتژی ثبات استفاده شود
(۲) از استراتژی توسعه استفاده شود
(۳) از استراتژی بازسازی استفاده شود
(۴) تعداد اندکی از راه حل ها بررسی شود
- ۶۶- استراتژی پیشنهادی مدل تحلیل شکاف در صورتی که سازمان از منابع موجود استفاده بهینه نکند کدام است؟

- (۱) توسعه (۲) بازسازی (۳) ثبات (۴) تنوع
- ۶۷- در مدل تحلیل شکاف ، سازمان می تواند از استراتژی توسعه در هنگامی استفاده کند که

- (۱) شکاف نسبت به فرصت محیطی زیاد باشد
(۲) از منابع موجود استفاده بهینه نشود
(۳) منافع عمده سازمان به خطر افتد
(۴) تکنولوژی به عنوان یک تهدید جدی تلقی شود
- ۶۸- در تکمیل ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) عوامل کلیدی موفقیت چگونه تهیه می شوند؟

- (۱) از طریق جدول CPM
(۲) با استفاده از نظر خبرگان
(۳) از طریق روش Bottom up
(۴) با استفاده از ماتریس IFE
- ۶۹- در تکمیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) عمدتاً از چه روشی برای امتیاز دهی به عوامل استفاده می شود؟

- (۱) ماتریس CPM (۲) آمار توصیفی (۳) کارت امتیازی متوازن (۴) روش شهودی
- ۷۰- کدامیک از مدل های زیر برای برنامه ریزی استراتژیک در موقعیت رقابتی استفاده می شود؟
- (۱) ماتریس IFE (۲) ماتریس EFE (۳) ماتریس CPM (۴) ماتریس داخلی ، خارجی
- ۷۱- کدامیک از گزینه های زیر از جمله عوامل کلیدی موفقیت در ماتریس CPM نیست؟

- (۱) توان مالی (۲) سهم بازار
(۳) کیفیت محصول یا خدمات (۴) فرصت ها و تهدیدها
- ۷۲- توجه به خواسته ها و نیازهای افراد درون و برون سازمانی و آگاهی از ذینفعان سازمان مبنای کدام مدل در فرایند عمومی برنامه ریزی استراتژیک است؟

- (۱) مدل فریمن (۲) مدل QSPM
(۳) مدل SWOT (۴) مدل ماتریس داخلی ، خارجی
- ۷۳- مدل فریمن تحت پشتیبانی پارادایم در سطح مورد استفاده قرار می گیرد.

- (۱) توصیفی - اداره ای (۲) تجویزی - SBU (۳) تلفیقی - شرکت (۴) سیستمی - SBU

۷۴- فقدان معیارهای مناسب برای ارزیابی نیازهای متضاد گروه های ذینفع از جمله نقاط ضعف کدام است؟

(۱) مدل CPM (۲) مدل فریمن (۳) مدل IEM (۴) مدل QSPM

۷۵- برای تقویت راهکارهای پیشنهادی در مدل SWOT کدامیک از گزاره های زیر در مدل SWOT ارتقا یافته است؟

(۱) گنجاندن استراتژی هایی با هدف توسعه و رشد همراه با راهکارهای ترکیبی

(۲) تاکید بر استراتژی های تئافعی همراه با ترکیب های یک به چند

(۳) استفاده انحصاری این مدل تحت پارادایم تجویزی

(۴) معرفی بهترین استراتژی ها تا حد امکان

۷۶- کدامیک از گزینه های زیر معرف سه مرحله اصلی تدوین استراتژی ها است؟

(۱) روش کمی - روش کیفی - روش کاملاً شهودی

(۲) ورود - مقایسه - تصمیم گیری

(۳) ورود - انتخاب - اجرا

(۴) برنامه ریزی - اجرا - ارزیابی و کنترل

۷۷- بر اساس چارچوب تحلیلی تدوین استراتژی ها ، کدامیک از گزینه های زیر در مرحله ورودی قرار می گیرند؟

(۱) ماتریس های IEF-IE- EFE (۲) ماتریس های SPACE- CPM- EFE

(۳) ماتریس های CPM- IFE- EFE (۴) ماتریس های IFE- SWOT- EFE

۷۸- در این مرحله از چارچوب تحلیلی تدوین استراتژی ، بین عوامل اصلی داخلی و خارجی سازمان نوعی توازن و تعادل برقرار می گردد.

(۱) ورود (۲) مقایسه (۳) تصمیم گیری (۴) اجرا

۷۹- نسبت رشد زیاد به افزایش سهم بازار ، ارتقا و افزایش ایده ها و امکان تغییر اهداف از ویژگی های کدام مرحله از چرخه عمر سازمان است؟

(۱) معرفی (۲) زوال (۳) رشد (۴) بلوغ

۸۰- افزایش سهم بازار شرکت و به تبع آن کاهش سهم بازار رقبا ویژگی کدام مرحله از چرخه عمر است؟

(۱) معرفی (۲) رشد (۳) زوال (۴) بلوغ

۸۱- اگر نوآوری در سیستم سازمانی کم شود و تمایل به حفظ و نگهداری روال های موجود افزایش یابد سازمان در دوران قرار دارد.

(۱) ثبات (۲) اشرافیت (۳) بلوغ (۴) تکامل

۸۲- در مرحله دیوان سالاری و مرگ از چرخه عمر سازمان کدامیک از پدیده های زیر اتفاق می افتد؟

- (۱) قوی شدن رهبری و تضعیف خلاقیت ها (۲) توجه بیش از حد به برنامه ریزی استراتژیک
(۳) خروج افراد متفکر از سازمان (۴) جانشینی روابط به جای ضوابط و شعار به جای عمل
۸۳- قابلیت این ماتریس در تعیین ماهیت استراتژی اصلی در شرکت های چند محصولی و برای SBU های مختلف است.

(۱) BCG (۲) GE (۳) DPM (۴) SPACE

۸۴- در ماتریس BCG بر اساس کدامیک از گزینه های زیر، شرایط رقابتی سنجیده می شود؟
(۱) ارزش کل فروش - سهم بازار (۲) نرخ رشد بازار - سهم نسبی بازار
(۳) نرخ رشد بازار - ارزش فروش (۴) سرمایه گذاری - سهم از بازار
۸۵- برای تقویت محصول و تثبیت آن در جایگاه خود، اگر محصولی در ناحیه علامت سؤال (ماتریس BCG) قرار گیرد، کدام استراتژی مناسب تر است؟

- (۱) تنوع همگن (۲) تنوع ناهمگن
(۳) نفوذ در بازار، توسعه بازار (۴) گزینه (۱) یا (۳)

۸۶- مناسب ترین استراتژی در صورتی که محصولی در ناحیه ستاره قرار گیرد کدام است؟
(۱) توسعه عمودی (بالا/ پایین) (۲) توسعه افقی
(۳) واگذاری (۴) گزینه (۱) یا (۲)

۸۷- استراتژی پیشنهادی در صورتی که واحدی در منطقه سگ قرار بگیرد کدام است؟
(۱) حفظ و رشد (۲) حذف سرمایه (۳) حفظ و توسعه (۴) خروج سریع
۸۸- استراتژی در ماتریس جنرال الکتریک (GE) بر اساس کدام معیارها اولویت دار می گردند؟
(۱) سهم از بازار - نرخ رشد رقابتی (۲) نرخ سرمایه گذاری در بازار - جذابیت بازار
(۳) عوامل رقابتی موسسه - سهم از بازار (۴) شدت جذابیت بازار - عوامل رقابتی موسسه

۸۹- عوامل اصلی در مدل تجزیه و تحلیل هوفر کدامند؟

- (۱) جذابیت بازار - سهم بازار (۲) کیفیت - مراحل عمر کالا
(۳) وضعیت رقابت - مراحل عمر کالا (۴) وضعیت رقابت - کیفیت

۹۰- در روش هوفر هر واحد SBU بنا بر چهار ویژگی سنجیده می شود؟

- (۱) پتانسیل های بازار - سهم کالا در بازار - وضعیت رقابت - مراحل عمر کالا
(۲) پتانسیل های بازار - سهم کالا در بازار - کیفیت - مراحل عمر کالا
(۳) پتانسیل های بازار - سهم کالا در بازار - کیفیت - رضایت مشتریان
(۴) گزینه های (۲) یا (۳)

۹۱- در این ماتریس می توان یک SBU مشخص را در مقایسه با رقبایش مقایسه نمود.

(۱) GE (۲) BCG (۳) هوفر (۴) IE

۹۲- کدامیک از گزینه های زیر از جمله گام های مرحله طراحی مدل فیلیپس محسوب نمی شود؟

(۱) تعیین مأموریت و چشم انداز شرکت (۲) تعیین اهداف بلند مدت شرکت
(۳) تهیه جدول (ماتریس) BCG (۴) تهیه جدول SAP

۹۳- در کدامیک از گام های طراحی مدل فیلیپس ابتدا محورهای اساسی (بازار، نوآوری، بهره وری و) مشخص شده سپس استراتژی ها مشخص می گردد؟

(۱) تهیه جدول ETOP (۲) تهیه جدول SAP
(۳) تعیین اهداف بلند مدت (۴) انتخاب استراتژیک

۹۴- کدامیک از گزینه های زیر از جمله شاخص های کلیدی در مدل کارت امتیازی موزون (BSC) محسوب نمی شود ؟

(۱) منظر مشتری (۲) منظر دولت و رقبا
(۳) منظر مالی (۴) منظر فرایندهای داخلی کسب و کار

۹۵- کدامیک از گزینه های زیر به ترتیب معرف معیارهای اصلی و فرعی از منظر مشتری در مدل BSC است؟

(۱) حفظ مشتری - ارزش آفرینی (۲) کیفیت - ارزش آفرینی
(۳) ارزش آفرینی - هزینه منفعت (۴) حفظ مشتری - هزینه منفعت

۹۶- در زنجیره ارزش پورتر ، فرایندها به دو دسته و تفکیک می شوند.

(۱) ارزش زاء، غیر ارزش زا (۲) اصلی ، پشتیبانی
(۳) مدیریتی ، پشتیبانی (۴) اصلی ، مدیریتی

۹۷- خصوصیت بارز روش برنامه ریزی بهبود عملکرد (PIP) کدامست؟

(۱) استفاده آن در محیط های ناپایدار و متغیر
(۲) ایجاد حس مشارکت در شناسایی راه حل ها توسط افراد مسئول
(۳) مبتنی بر برنامه ریزی کوتاه مدت
(۴) گزینه (۱) و (۲)

۹۸- به عقیده پورتر ، مزیت رقابتی اکثر شرکت ها از طریق کدامیک از گزینه های زیر ایجاد می شود ؟

(۱) استراتژی تدافعی مناسب (۲) استراتژی ادغام
(۳) نوآوری و ابداع (۴) استراتژی توسعه منابع

۹۹- کدامیک از گزینه های زیر از جمله منابع در تئوری 5M پورتر تلقی نمی شود؟

- (۱) وضعیت سیاسی (۲) وضعیت جغرافیایی (۳) منابع سرمایه ای (۴) زیر ساخت ها
۱۰۰- امروزه علاوه بر تئوری 5M پورتر، 2M دیگر نیز مورد توجه استراتژیست ها قرار می گیرد ،
این دو کدامند؟

- (۱) مدیریت - بازار (۲) بازار - روش (سیستم)
(۳) پول - روش (سیستم) (۴) مواد - بازار
۱۰۱- کدامیک از گزینه های زیر از جمله عناصر (۵) گانه نیروی رقابتی پورتر محسوب نمی شود؟
(۱) محصولات مکمل (۲) محصولات جانشین

- (۳) قدرت چانه زنی خریداران (۴) رقابت میان رقبای موجود
۱۰۲- کدامیک از گزینه های زیر قوی ترین نیروی رقابتی در میان نیروهای رقابتی ۵ گانه پورتر
تلقی می شود ؟

- (۱) رقابت با تازه واردین (۲) رقابت میان رقبای موجود
(۳) تهدید محصولات جدید (۴) قدرت چانه زنی خریداران
۱۰۳- این تهدید به معنی ایجاد رقابت میان شرکت های یک صنعت و صنعت دیگر از دیدگاه
پورتر است.

- (۱) تهدید تازه واردین (۲) تهدید رقبای موجود
(۳) تهدید محصولات جانشین (۴) تهدید خریداران
۱۰۴- در چه شرایطی قدرت چانه زنی خریداران از دیدگاه پورتر افزایش می یابد؟

- (۱) خرید حجیم و متمرکز خریدار
(۲) تولید محصولات غیر استاندارد
(۳) محصول فروشنده نقش اساسی در محصول نهایی خریدار ایفا می کند
(۴) اطلاعات کافی در بازار وجود نداشته باشد

- ۱۰۵- عمده ترین تهدیدی که از جانب تامین کنندگان به بازار وارد می شود است.
(۱) قراردادهای بلند مدت (۲) توسعه عمومی تامین کنندگان
(۳) قراردادهای کوتاه مدت (۴) عدم صدور ضمانت نامه

- ۱۰۶- ارایه محصولی واحد برای بازاری بزرگ از جمله کدامیک از استراتژی عام پورتر است ؟
(۱) تمرکز (۲) متمایز سازی
(۳) رهبر در هزینه (۴) حضور در بازارهای خاص

۱۰۷- اگر یک شرکت تولید ساعت ، تنها محصولاتی برای سیاستمداران یا هنرپیشه ها تولید کند، استراتژی انتخابی آناست.

(۱) رهبری در هزینه (۲) متمایز سازی (۳) تمرکز (۴) بازاریابی

۱۰۸- اگر یک مشتری ، تنها اتومبیل ولوو را به دلیل استحکام آن با قیمتی بیش از اتومبیل با سرعت و قدرت مشابه خریداری نماید کدام استراتژی از دیدگاه پورتر تحقق یافته است؟

(۱) تمایز (۲) تمرکز (۳) تنوع (۴) ادغام رو به بالا

۱۰۹- بر اساس مدل (۹) عاملی "چو" هدف اصلی رقابت پذیری کدام است؟

(۱) شناسایی جهش های تکنولوژیک

(۲) شناسایی منابع طبیعی

(۳) معرفی نقش دولت

(۴) ارائه راه حل هایی برای افزایش سطح رقابت پذیری جهانی

۱۱۰- کدامیک از گزینه های زیر از جمله عوامل فیزیکی (پایه) در مدل (۹) عاملی چو تلقی نمی شود ؟

(۱) رویدادهای محیطی (۲) صنایع مرتبط و پشتیبان

(۳) محیط تجاری (۴) تقاضای داخلی

۱۱۱- از دیدگاه "چو" موتور محرکه عامل های (۴) گانه فیزیکی کدام گزینه است؟

(۱) عامل خارجی (۲) محیط تجاری (۳) عامل انسانی (۴) صنایع عمودی مرتبط

۱۱۲- اگر موسسه تولید خودرو X اتومبیل سفارشی با قیمت پایین تر از رقبای موجود عرضه کند ، استراتژی معرفی شدهاست.

(۱) تمرکز بر هزینه (۲) تمرکز بر تمایز (۳) تمایز (۴) تمرکز

۱۱۳- عموماً مدل ها و ابزارهای تدوین استراتژی های وظیفه ای بر پارادایم هستند .

(۱) توصیفی - تولید (۲) تجویزی - بازاریابی (۳) تلفیقی - تولید (۴) توصیفی - بازاریابی

۱۱۴- مدل PIMS تاثیر استراتژی را بر شرکت نشان می دهد .

(۱) تولید - سودآوری (۲) بازاریابی - سودآوری

(۳) تنوع - سودآوری (۴) تنوع - بازاریابی

۱۱۵- بر اساس مدل PIMS ارتباط بین سهم بازار و سودآوری یک رابطه است.

(۱) مستقیم (۲) معکوس (۳) منفی (۴) بی تاثیر

۱۱۶- کدامیک از گزینه های زیر از جمله عوامل ارزش آفرین (۵) گانه در مدل HPV_LDC نیست؟

- (۱) کیفیت محصول/خدمت (۲) تحویل به موقع سفارش
(۳) خدمات پس از فروش (۴) فروش ارزان

۱۱۷- بر اساس ماتریس آنسف ، دو استراتژی ؛ گستردگی جغرافیایی ، ایجاد بازارهای هدف جدید در کدامیک از حوزه های زیر اعمال می گردند ؟

- (۱) خدمت موجود - بازار موجود (۲) خدمت موجود - بازار جدید
(۳) خدمت جدید - بازار موجود (۴) خدمت جدید - بازار جدید

۱۱۸- در ماتریس استراتژی های مالی کدام دو بعد (محور X - محور Y) تعریف می گردد ؟

- (۱) ارزش - نقدینگی (۲) ارزش - سرمایه (۳) نقدینگی - ارزش (۴) سرمایه - ارزش

۱۱۹- شاه کلید دست یابی به فرصت های محیطی در پارادایم توصیفی کدام گزینه است ؟

- (۱) فرموله سازی استراتژی (۲) خلاقیت و نوآوری
(۳) برنامه ریزی استراتژیک (۴) نقاط قوت و ضعف شرکت

۱۲۰- بالفعل نمودن منفعت بالقوه نهفته در شرایط خاص از طریق استراتژی اثربخش در رویکرد توصیفی را می نامند .

- (۱) گلوگاه (۲) فرصت (۳) استراتژی (۴) سودآوری

۱۲۱- مزیت نوآوری استراتژیک نسبت به برنامه ریزی استراتژیک از دیدگاه هامل کدام است ؟

- (۱) فراگیری (۲) طراحی در رده عالی سازمان
(۳) طراحی در رده میانی سازمان (۴) محدود بودن

۱۲۲- اصولاً در این روش موارد مشابه ، حذف ، اصلاح ، تعویض و ترکیب گزینه ها مورد بررسی قرار می گیرد :

- (۱) تفکر جانبی (۲) سکون زدایی (۳) طوفان فکری (۴) تصویرسازی

۱۲۳- این روش خلق استراتژی ، مبتنی بر انتقال یک فکر از چارچوب یک مرجع به چارچوب مرجعی دیگر است :

- (۱) نقشه برداری از ذهن (۲) تفکر جانبی (۳) تصویر سازی (۴) طوفان مغزی

۱۲۴- در این روش خلق استراتژی ابتدا افراد را به تنهایی سپس بصورت دو نفره ، چهار نفره و در نهایت جمعی کلیه ایده ها را بررسی سپس در صورت امکان تلفیق می کنند :

- (۱) تصویر پر معنی (۲) تصویر سازی (۳) ساختن گلوله برفی (۴) طوفان فکری

۱۲۵- در این روش از خلق استراتژی اعضای گروه با تخصص های مشخص ، داوطلبانه پیرامون بهینه سازی عملیات فعالیت می کنند :

- (۱) نظام پیشنهادات (۲) طوفان فکری
(۳) ساختن گلوله برفی (۴) حلقه های کنترل کیفیت
۱۲۶- نیاز به طراحی سیستم پاسخگویی ، ثبت ، ارزیابی و پرداخت پاداش از ویژگی کدام روش خلق استراتژی است ؟

- (۱) نظام پیشنهادات (۲) تصویرسازی (۳) تصویر پر معنی (۴) QCC
۱۲۷- عبارت است از مجموعه ای از تفکرات ، تصورات و ارزشهایی که یک بینش از واقعیت را شکل می دهند .

- (۱) پارادایم (۲) استراتژی (۳) نگرش (۴) برنامه ریزی
۱۲۸- بدین معنی است که باید استراتژی بر زندگی و روند حرکت روزمره اثر بگذارد.
(۱) نهادینه سازی استراتژی (۲) ارزیابی و رهبری (۳) فرهنگ سازمانی (۴) همه موارد
۱۲۹- کدامیک از موارد زیر از مراحل توسعه پذیری از نظر پورتر نمی باشد ؟

- (۱) اقتصاد مبتنی بر نوآوری (۲) اقتصاد مبتنی بر رقابت پذیری
(۳) اقتصاد مبتنی بر سرمایه (۴) اقتصاد مبتنی بر عوامل
۱۳۰- کدامیک از گزینه های زیر از اصول معرفی شده هامل برای شرکت هایی که در صدد یافتن استراتژی های انقلاب هستند نمی باشد ؟

- (۱) فرایند برنامه ریزی استراتژیک کنونی ، استراتژیک نیست .
(۲) ایجاد استراتژی باید ویران کننده باشد.
(۳) گلوها در سمت پایین بطری است .
(۴) انقلابیون در هر شرکتی وجود دارند .

پاسخنامه:

سؤال	پاسخ	سؤال	پاسخ	سؤال	پاسخ	سؤال	پاسخ	سؤال	پاسخ
۱	۱	۷۹	۳	۵۳	۳	۲۷	۳	۱۰۵	۲
۲	۴	۸۰	۴	۵۴	۱	۲۸	۱	۱۰۶	۲
۳	۲	۸۱	۱	۵۵	۳	۲۹	۳	۱۰۷	۳
۴	۱	۸۲	۴	۵۶	۱	۳۰	۱	۱۰۸	۱
۵	۴	۸۳	۱	۵۷	۲	۳۱	۲	۱۰۹	۴
۶	۲	۸۴	۲	۵۸	۳	۳۲	۳	۱۱۰	۱
۷	۳	۸۵	۳	۵۹	۲	۳۳	۲	۱۱۱	۳
۸	۴	۸۶	۴	۶۰	۴	۳۴	۴	۱۱۲	۲
۹	۳	۸۷	۴	۶۱	۱	۳۵	۱	۱۱۳	۲
۱۰	۴	۸۸	۴	۶۲	۴	۳۶	۴	۱۱۴	۲
۱۱	۲	۸۹	۳	۶۳	۳	۳۷	۳	۱۱۵	۱
۱۲	۲	۹۰	۱	۶۴	۱	۳۸	۱	۱۱۶	۴
۱۳	۴	۹۱	۳	۶۵	۱	۳۹	۱	۱۱۷	۲
۱۴	۴	۹۲	۳	۶۶	۴	۴۰	۴	۱۱۸	۱
۱۵	۱	۹۳	۳	۶۷	۲	۴۱	۲	۱۱۹	۲
۱۶	۲	۹۴	۲	۶۸	۴	۴۲	۴	۱۲۰	۲
۱۷	۳	۹۵	۱	۶۹	۲	۴۳	۲	۱۲۱	۱
۱۸	۲	۹۶	۲	۷۰	۴	۴۴	۴	۱۲۲	۲
۱۹	۳	۹۷	۲	۷۱	۳	۴۵	۳	۱۲۳	۲
۲۰	۱	۹۸	۳	۷۲	۱	۴۶	۱	۱۲۴	۳
۲۱	۲	۹۹	۱	۷۳	۲	۴۷	۲	۱۲۵	۴
۲۲	۳	۱۰۰	۲	۷۴	۱	۴۸	۱	۱۲۶	۱
۲۳	۱	۱۰۱	۱	۷۵	۳	۴۹	۳	۱۲۷	۱
۲۴	۲	۱۰۲	۲	۷۶	۴	۵۰	۴	۱۲۸	۱
۲۵	۲	۱۰۳	۳	۷۷	۱	۵۱	۱	۱۲۹	۲
۲۶	۱	۱۰۴	۳	۷۸	۴	۵۲	۴	۱۳۰	۳