



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت استراتژیک

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۰۷

۱- دومین قدم در تدوین مدیریت استراتژیک که به معنای دگرگونی شکل گیری درون سازمانی مؤسسه با هر تغییر گسسته در استراتژی مؤسسه است چه نام دارد؟

۱. طراحی استراتژی ۲. برنامه ریزی توانمندی ۳. مدیریت مسئله ۴. برنامه ریزی استراتژی

۲- الگوی تصمیم سازی که بر اساس آن هدفهای عمده، هدفهای جزئی و مقاصد سازمان معین و مشخص می شود چه نام دارد؟

۱. مدل رقابتی پورتر ۲. مدل خط مشی هاروارد
۳. استراتژی صنفی ۴. مدل رایت

۳- وجه الضمان اجرای یک سیاست یا تحقق هدف استراتژی کدامیک از گزینه های زیرمی باشد؟

۱. منابع ۲. تاکتیک ۳. ابزار ۴. روشها

۴- کدام مؤلفه بایستی در انتخاب ابزار مورد توجه قرار گیرد؟

۱. تفکر سیستمی ۲. تفکر اقتضایی ۳. تفکر کلاسیک ۴. تفکر نئوکلاسیک

۵- در نظام مدیریت استراتژیک، مدیر برای رشد روز افزون سیستم و آمادگی تغییر و پویایی، کدامیک از گزینه های زیر را فعال می کند؟

۱. سیستم برنامه ریزی ۲. سیستم کنترل ۳. سیستم انگیزشی ۴. سیستم اطلاعاتی

۶- بعد از تجزیه و تحلیل منابع و امکانات سازمان در فرایند برنامه ریزی استراتژیک (Tayler) کدامیک از مراحل زیر انجام می شود؟

۱. شناخت وضع موجود ۲. شناخت اهداف و استراتژی های موجود سازمان
۳. تجزیه و تحلیل شرایط محیطی ۴. تصمیم گیری در مورد استراتژی مطلوب

۷- کدامیک از مدل های استراتژی علاوه بر مبنای نظری، دارای یک پشتیبانی اجرایی و عملکردی قوی نیز هست؟

۱. مدل صنفی ۲. مدل رقابتی پورتر ۳. مدل هاروارد ۴. مدل هیل

۸- ایراد کدامیک از مدل های استراتژی، ذهنی و مفهومی بودن آن است؟

۱. مدل مینزبرگ ۲. مدل هیل ۳. مدل فرد آر دیوید ۴. مدل رایت

۹- کدامیک از مدل های استراتژی، سازمان را به جای دید دورنگر به آینده و اتخاذ استراتژی تهاجمی، به سوی دید گذشته نگر و تدافعی سوق می دهد؟

۱. مدل مینزبرگ ۲. مدل رایت ۳. مدل هیل ۴. مدل صنفی



سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت استراتژیک

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۰۷

۱۰- فراگرد برنامه ریزی استراتژیک توسط کدام دانشمند بیان شد؟

- ۰۱ استرفی ۰۲ لاونج ولورنج ۰۳ استرمن ۰۴ پورتر

۱۱- کدام گزینه به ترتیب نقطه قوت و ضعف مدل رقابتی پورتر می باشد؟

- ۰۱ روش نظام گرا - دیدگاه تدافعی
۰۲ روش نظام گرا - کمی بودن متغیرهای مربوط به عوامل قدرت
۰۳ توجه به رقابت - کیفی بودن متغیرهای مربوط به عوامل قدرت
۰۴ توجه به مشتری - دیدگاه تدافعی

۱۲- هدف کدام نوع از انواع استراتژی ها، هم افزایی مالی می باشد؟

- ۰۱ استراتژی تنوع همگون ۰۲ استراتژی تنوع ناهمگون
۰۳ استراتژی تنوع افقی ۰۴ استراتژی توسعه محصول

۱۳- کدامیک از گزینه های زیر از انواع استراتژیهای تدافعی است؟

- ۰۱ استراتژی رسوخ در بازار ۰۲ استراتژی تنوع همگون
۰۳ استراتژی ترکیب ۰۴ استراتژی مشارکت

۱۴- در اجرای کدامیک از استراتژی های زیر تلاش می شود از مجرای تلاشهای بازاریابی سهم بازار محصولات و خدمات کنونی افزایش یابد؟

- ۰۱ استراتژی توسعه بازار ۰۲ استراتژی رسوخ در بازار
۰۳ استراتژی توسعه محصول ۰۴ استراتژی تنوع کیفیت

۱۵- کدامیک از عوامل زیر، مهمترین عامل در موفقیت و عدم موفقیت هر سازمانی محسوب می شود؟

- ۰۱ تکنولوژی ۰۲ منابع و امکانات ۰۳ مدیریت ۰۴ نیروی انسانی

۱۶- کدام گزینه، زیر بنای رفتارها و حرکات افراد هر جامعه را تشکیل می دهد؟

- ۰۱ عوامل اجتماعی ۰۲ عوامل سیاسی ۰۳ آموزش ۰۴ باورهای فرهنگی

۱۷- با بزرگ شدن اندازه سازمان، کدامیک از گزینه های زیر درباره پیچیدگی، رسمیت و تمرکز صحیح است؟

- ۰۱ افزایش رسمیت، افزایش پیچیدگی، عدم تمرکز ۰۲ کاهش رسمیت، افزایش پیچیدگی، تمرکز
۰۳ افزایش رسمیت، کاهش پیچیدگی، عدم تمرکز ۰۴ افزایش رسمیت، افزایش پیچیدگی، تمرکز



سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت استراتژیک

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) (۱۳۳۵۰۰۷)

۱۸- جوهر صورت بندی استراتژی، کدامیک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. دسته پنجه نرم کردن با رقابت
۲. رهبری فن شناختی
۳. منسجم کردن باورها و ارزشها
۴. اثر گذاری بر توازن نیروها

۱۹- شرکتهای پیشرو معمولا در برابر رقبا از چه سیاست رقابتی استفاده می کنند؟

۱. رقابت تهاجمی
۲. رقابت همه جانبه
۳. رقابت تدافعی
۴. رقابت محافظه کارانه

۲۰- گروه خریداران در چه صورتی قدرتمند هستند؟

۱. محصولاتی که از صنعت می خرد جزئی از محصول خود باشد.
۲. محصولاتی که از صنعت خریداری می کند استاندارد و متمرکز باشند.
۳. غیرمتمرکز باشد یا در حجم های کوچک خریداری کند.
۴. سود بیشتری داشته باشد، که انگیزه قوی برای کاستن از قیمت خرید در آن ایجاد نمایند.

۲۱- رقابت فشرده ناشی از حضور کدامیک از عوامل زیر است؟

۱. رشد سریع صنعت
۲. پایین بودن هزینه های ثابت
۳. متمایز بودن محصول و خدمات
۴. نداشتن هزینه انتقال

۲۲- کدام گزینه می تواند انگیزه هایی برای تغییرات سیستم تکنولوژی موجود در جهت ساده سازی عملیات و حذف هزینه های غیر موثر بر ارزش افزوده به وجود آورد؟

۱. پیشرفت های علوم و تکنولوژی و نوآوری و اختراعات
۲. مشکلات سازمانی و نظامات جاری
۳. تجربه و دستاوردهای جدید داخلی
۴. مشکلات فنی در سیستم تولید و ارائه خدمات

۲۳- کدام گزینه، نمونه بارزی از سازمانهایی با فرهنگ باشگاهی است؟

۱. سازمانهای مشاوره ای
۲. سازمانهای تبلیغاتی
۳. بانکها
۴. سازمانهای نظامی

۲۴- طبق نظر ادگار شاین فرهنگ سازمانی دارای چند سطح بوده و سطح اول آن کدام است؟

۱. سه سطح- سطح فوقانی
۲. پنج سطح- سطح تحتانی
۳. پنج سطح- سطح فوقانی
۴. سه سطح- سطح تحتانی



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت استراتژیک

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۰۷

۲۵- در کدامیک از انواع فرهنگها، بیش از هر چیز به نیازهای مشتریان توجه می شود و سازمان عملکرد خود را بر آن اساس می گذارد؟

۱. فرهنگ ماموریتی
۲. فرهنگ مشارکتی
۳. فرهنگ مبتنی بر تداوم
۴. فرهنگ انعطاف پذیر

۲۶- کدام نوع از استراتژیها در جهت بهبود روشها و شرایط پردازش و طراحی تجهیزات فعالیت می کند تا محصولات شرکت را به طور کارآمد طراحی نماید؟

۱. استراتژی تولید و عملیات
۲. استراتژی ترویج
۳. استراتژی تحقیق و توسعه
۴. استراتژی بازاریابی

۲۷- هدف اولیه یک استراتژی مالی چیست؟

۱. کنترل هزینه های مالی
۲. افزایش حاشیه سود
۳. کاهش بدهی های سرمایه ای
۴. ایجاد ساختار سرمایه ای

۲۸- در کدامیک از انواع فرهنگ سازمانی، امنیت شغلی حائز اهمیت زیادی است؟

۱. فرهنگ تیمی
۲. فرهنگ علمی
۳. فرهنگ باشگاهی
۴. فرهنگ سنگری

۲۹- محصولات جایگزین چگونه توانایی صنعت را محدود می سازند؟

۱. افزایش کیفیت
۲. محدود ساختن سقف قیمتها
۳. ارائه خدمات پس از فروش
۴. کاهش قیمت

۳۰- کدامیک از گزینه های زیر از استراتژی شرکتهای ضعیف است؟

۱. حمله به نقاط ضعف استراتژی های رقبا
۲. تاکتیک چنگ اندازی بر مناطق گسترده
۳. انتخاب رقابت همه جانبه
۴. علنی سازی نقاط آسیب پذیر رقبا در بازار