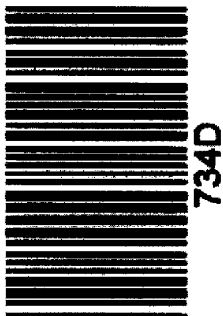


734
D



نام
نام خانوادگی
محل امضاء

عصر جمعه
۹۰/۱۰/۲۳



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
سازمان سنجش آموزش کشور

اگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می‌شود.
امام خمینی (ره)

آزمون دانش‌پذیری دوره‌های فراگیر «کارشناسی ارشد» دانشگاه پیام نور

رشته‌ی مدیریت MBA (کد ۴۵)

تعداد سؤال: ۹۰
مدت پاسخگویی: ۱۲۰ دقیقه

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤالات

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	تئوری‌های مدیریت (۱)	۳۰	۱	۳۰
۲	زبان تخصصی	۳۰	۳۱	۶۰
۳	مدیریت استراتژیک	۳۰	۶۱	۹۰

دی ماه سال ۱۳۹۰

استفاده از ماشین حساب مجاز نمی‌باشد.

- ۱- اخذ رشوه توسط کارکنان برای ارائه محصولات و خدمات بیانگر کدام نوع بحران است؟
 (۱) فنی - اقتصادی خارجی
 (۲) فنی - اقتصادی داخلی
 (۳) سازمانی - اجتماعی داخلی
 (۴) سازمانی - اجتماعی خارجی
- ۲- مبتکر تشخیص ضرورت توجه به روابط انسانی و مطالعه حرکت سنجی، طراحی جا و مکان و مدیریت مواد در سیر تاریخی تکوین نظریه‌های مدیریت کیست؟
 (۱) کوروش
 (۲) کاتو
 (۳) سان تزو
 (۴) اسکندر
- ۳- در کدام شبکه ارتباطی رسمی، ثبات ساختار ارتباطی پایدار، متشکل و میزان وضوح جایگاه رهبر بارز است؟
 ۱. همه جانبه
 (۲) متمرکز
 (۳) زنجیره‌ای
 (۴) ستاره‌ای
- ۴- حدیث نبوی، «اساس دین پرهیز کردن است. نمونه‌ای از کدام سیستم کنترلی است؟
 (۱) تعاملی
 (۲) ارزشی
 (۳) تحدیدی
 (۴) تشخیصی
- ۵- اگر پاسخ به سؤال: «آیا احتمال دارد که با تلاش بیشتر، بدیل مناسبی به دست آید؟ خیر باشد، کدام حالت پیش می‌آید؟
 (۱) تغییر آرام
 (۲) ترس
 (۳) اجتناب آرام
 (۴) اجتناب دفاعی
- ۶- کاهش فروش امسال نسبت به سال قبل جزو کدام رویه مسأله یابی رسمی است؟
 (۱) تغییر روندهای قبلی
 (۲) پیشی گرفتن رقبا
 (۳) مسأله‌یابی از طریق مشتری
 (۴) انحراف از برنامه تنظیم شده
- ۷- کدام مورد جزو عوامل اجتماعی تعهد احساسی و اجتماعی است؟
 (۱) عدم تمایل به باخت
 (۲) حفظ آبرو
 (۳) مقاومت در برابر تغییر
 (۴) احتمال تغییر اوضاع و شرایط
- ۸- شخصی که بدلیل خستگی دچار پا درد شده است و برای رفع درد، پایش را در آب داغ قرار می‌دهد از کدام نوع اصلاح رفتار استفاده کرده است؟
 (۱) تقویت مثبت
 (۲) آرامش
 (۳) تقویت منفی
 (۴) خاموش سازی
- ۹- در کدام دیدگاه، موضوع اصلی مورد بررسی ارزیابی انواع طرح‌های سازمانی با استفاده از شاخص‌های عینی است.
 (۱) تفسیری
 (۲) نوگرایی
 (۳) کلاسیک
 (۴) فرانوگرایی
- ۱۰- کدام مورد جزو تعدیل کننده در فراگرد هدفگذاری می‌باشد؟
 (۱) بازخور
 (۲) هدایت
 (۳) میزان تلاش
 (۴) وضوح و روشنی هدف
- ۱۱- در کدام مرحله تکاملی سازمان یک فرهنگ قوی به عنوان جانشینی برای کنترل‌های رسمی عمل می‌کند و ساختار به شکل ارگانیک درمی‌آید؟
 (۱) جهت‌دهی
 (۲) تفویض
 (۳) هماهنگی
 (۴) همکاری مبتنی بر اعتماد
- ۱۲- کدام گزینه در مورد تمرکز صحیح نیست؟
 (۱) رابطه بین تمرکز و پیچیدگی معکوس است.
 (۲) عدم تمرکز با پیچیدگی بالا مرتبط می‌شود.
 (۳) تمرکز به مسأله میزان پراکندگی اختیارات تصمیم‌گیری برمی‌گردد.
 (۴) تمرکز دلالت بر تفکیک سازمان بر اساس مناطق جغرافیایی دارد.
- ۱۳- دانشگاهها نمونه‌ای از کدام محیط هستند؟
 (۱) ساده و پویا
 (۲) ساده و ایستا
 (۳) پیچیده و ایستا
 (۴) پیچیده و پویا
- ۱۴- کدام عنصر ساختار نشان دهنده حدود تفکیک درون سازمان است؟
 (۱) رسمیت
 (۲) تمرکز
 (۳) پیچیدگی
 (۴) تخصص گرایی
- ۱۵- در تکنولوژی متمرکز میزان پیچیدگی و رسمیت به ترتیب چگونه است؟
 (۱) زیاد- کم
 (۲) زیاد- زیاد
 (۳) کم- کم
 (۴) کم- زیاد
- ۱۶- ممیزی مدیریت کاربرد کدام رویکرد اثر بخشی است؟
 (۱) نیل به هدف
 (۲) سیستمی
 (۳) عوامل استراتژیک
 (۴) ارزش‌های رقابتی
- ۱۷- به اعتقاد پیربلو مهم‌ترین عامل مؤثر بر ساختار سازمان کدام است؟
 (۱) استراتژی
 (۲) اندازه
 (۳) تکنولوژی
 (۴) فرهنگ سازمانی
- ۱۸- اگر کنترل سازمان در دست هسته عملیاتی قرار بگیرد تصمیمات و ساختار چگونه خواهد بود؟
 (۱) غیرمتمرکز- ماشینی
 (۲) متمرکز- ماشینی
 (۳) متمرکز- بوروکراسی حرفه‌ای
 (۴) غیرمتمرکز- بوروکراسی حرفه‌ای
- ۱۹- تعداد نشریات دانشکده بیانگر کدام متغیر سیستم در یک دانشکده می‌باشد؟
 (۱) نسبت عملیات درونی به داده
 (۲) نسبت ستاده به داده
 (۳) نسبت عملیات درونی به ستاده
 (۴) نسبت تغییرات داده به داده‌ها

- ۲۰- عبارت «سازمان‌ها پدیده‌هایی هستند که به صورت مصنوعی ایجاد شده‌اند، اهداف بلند مدت و مقاصدشان به صورت نمادین ایجاد شده و بوسیله مدیریت حصول می‌شود» بیانگر کدام شیوه نگرستن به سازمان است؟
 (۱) ابزار تسلط با حاکمیت
 (۲) قراردادهای اجتماعی
 (۳) نظام‌های تولید کننده مفهوم ساز
 (۴) پدیده‌های عقلایی که اهدافی را دنبال می‌کند
- ۲۱- کدام قسمت از تعریف سازمان بر مدیریت دلالت دارد؟
 (۱) پدیده‌ای اجتماعی
 (۲) دارای هدف
 (۳) به طور آگاهانه هماهنگ شده
 (۴) بر اساس یک سلسله مبنای دائمی
- ۲۲- ویژگی منحصر به فرد دیدگاه سیستمی چیست؟
 (۱) هدف سیستم
 (۲) هم افزایی
 (۳) کلیت سیستم
 (۴) نحوه ارتباط اجزا با خود سیستم
- ۲۳- اگر تفکیک افقی زیاد از طریق بکارگیری متخصصین و کارکنان حرفه‌ای صورت گیرد رسمیت چه حالتی می‌یابد؟
 (۱) تغییری نمی‌کند (۲) تمایل به کاهش دارد (۳) تمایل به افزایش دارد (۴) بستگی به محیط دارد
- ۲۴- در کدام روش توزیع قدرت، تزریق خون جدید به داخل روابط گروهی و مدیریت، ساختار نقش‌ها را تغییر می‌دهد و روابط بین زیردستان را الزامی می‌سازد؟
 (۱) ساختاری (۲) جایگزینی (۳) دادن حکم رسمی (۴) آموزش حساسیت
- ۲۵- کدام مورد به منظور اطمینان از استاندارد بودن فرایندهای کاری تدوین شده‌اند؟
 (۱) قانون (۲) رویه (۳) خط مشی (۴) استراتژی
- ۲۶- اگر دنیای آتی مثل دنیای امروز باشد کدام شرکت‌ها به علت عدم کارایی واقعی نمی‌توانند سودآوری خود را حداکثر نمایند؟
 (۱) تحلیل گر (۲) تدافعی (۳) انفعالی (۴) آینده‌نگر
- ۲۷- ساخت واحدهای اداری نمونه‌ای از کدام تکنولوژی است؟
 (۱) مهندسی (۲) تکراری (۳) غیرتکراری (۴) هنری و صنعتگرانه
- ۲۸- بانک‌ها و سرمایه‌گذاران مشترک نوعاً از کدام مدل استفاده می‌کنند؟
 (۱) فرایند داخلی (۲) سیستم باز (۳) روابط انسانی (۴) هدف عقلایی
- ۲۹- جدیدترین دیدگاه‌ها نسبت به تئوری سازمان بر کدام مسأله سازمان‌ها متمرکز است؟
 (۱) ماهیت سیاسی (۲) کارایی ماشینی (۳) طرح‌های اقتضایی (۴) افراد و روابط انسانی
- ۳۰- کدام گزینه در مورد رابطه محیط - ساختار صحیح نمی‌باشد؟
 (۱) رابطه رسمیت و عدم اطمینان محیطی معکوس است.
 (۲) محیط پیچیده‌تر، تمرکز بیشتری به همراه دارد.
 (۳) پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی رابطه معکوس با هم دارند.
 (۴) یک محیط پویا نسبت به یک محیط ایستا تأثیر بیشتری روی ساختار دارد.

زبان تخصصی

Part A: Vocabulary

Directions: Choose the number of the answer choice that best completes the blank. Then mark your answer sheet.

- 31- It is important for an organization to ----- goals and objectives that are practical.
 1) set 2) orient 3) intend 4) take
- 32- A statement of business mission usually ----- a number of basic areas.
 1) acquires 2) competes 3) covers 4) operates
- 33- They are doing whatever possible to get the ----- share in the market.
 1) strict 2) dominant 3) intentional 4) internal
- 34- The decisions made and the strategies followed by a company should be not only economically should but also have a strong ----- foundation and be socially responsible as well.
 1) ethical 2) conscious 3) memorable 4) existing

- 35- Stay on top of change gives marketers the ----- in developing products and strategies that make a difference
 1) edge 2) continuum 3) outcome 4) frontier
- 36- The company's new policy is one to which many employees -----, arguing that it would lead to its more profitability.
 1) seek 2) satisfy 3) subscribe 4) enhance
- 37- We sometimes need to carry out research to ----- some specific questions whose answer may help us to promote our product.
 1) impact 2) address 3) indicate 4) implement
- 38- When business marketers talk about demand they are referring to the amount of a firm's product purchased during a specified period of time ----- a specific price.
 1) given 2) categorized 3) offered 4) obtained
- 39- In the final step of the business buying decision process, an organizational buyer assesses whether the performance of the product and supplier are living up to -----.
 1) transactions 2) restrictions 3) expectations 4) classifications
- 40- ----- goods are those that can be seen, touched, smelled and/or tasted.
 1) Conventional 2) Disposable 3) Tangible 4) Durable

Part B: Cloze Test

Directions: Choose the number of the answer choice that best completes each blank in the following passage. Then mark your answer sheet.

DEVELOPING STRATEGIES FOR NEW AND EXISTING PRODUCTS _ This means deciding "how to" achieve product objectives through the design of a new product that will increase the organizations' market share. In addition, how to (41) ----- a product line to attract new customers, and how to (42) ----- a product with declining sales.

A. The New Product Development Process--New product development typically occurs (43) -----: the visionary phase, the planning and development phase, and the test and improve phase.

1. Idea Generation--New product ideas come from customers, salespeople, service providers, and (44) -----.

2. Screening Product Concepts--The process of examining the prospects of a product concept achieving technical and commercial success.

3. Business Analysis--This includes considering (45) ----- the product can be developed into a profitable (46) ----- to the organizations' product mix, the potential demand for the product, and the expenditure of resources (47) -----.

4. Planning and Development--A new product concept now undergoes commercial and technical development.

(48) ----- _ Legal documentation saying that an individual or firm has exclusive right to use a particular invention.

5. Test Marketing--The firm conducts a field experiment (49) ----- the effectiveness of the product offering under realistic market conditions.

6. Launching a New Product--The process of commercializing a product (50) ----- carrying out a complete marketing program.

- 41- 1) possess 2) interact 3) deliver 4) extend
 42- 1) derive 2) embody 3) improve 4) discourage
 43- 1) stages three 2) in three stages
 3) in the third stage 4) in stages third

- | | | | |
|-----------------------|-----------------|-------------------------|--------------------|
| 44- 1) others | 2) the other | 3) another | 4) each other |
| 45- 1) that | 2) what | 3) that if | 4) whether |
| 46- 1) result | 2) contribution | 3) availability | 4) elasticity |
| 47- 1) efficient | 2) total | 3) private | 4) necessary |
| 48- 1) Final frontier | 2) Pathways | 3) Patents | 4) Mark-up pricing |
| 49- 1) whose test | | 2) in order for testing | |
| 3) to test | | 4) that test | |
| 50- 1) by | 2) with | 3) into | 4) on |

Part C: Reading Comprehension

Directions: Read the following passages and choose the number of the answer choice that is the best answer to each question. Then mark your answer sheet.

Passage 1

I. ELEMENTS OF PROMOTION _ Marketing communications can be categorized along two basic dimensions _ the messages that are transmitted via the mass media versus those that are communicated person-to person, and messages where the source is clearly identified as the marketer and messages whose origins are unclear or are assumed to come from objective third parties.

A. The Destination: Goals of Promotion _ No matter how messages are communicated, promotion strategies attempt to accomplish specific goals including informing consumers about new goods and services, reminding consumers to continue using familiar products, persuading consumers to choose one alternative over others, and building relationships with customers.

B. The Promotion Mix _ The major elements of marketer-controlled communications including advertising, sales promotions, publicity and public relations, and personal selling.

1. Personal Appeals _ The most immediate way for a marketer to make contact with a customer is simply to tell him or her directly about how wonderful the product is.

2. Mass Appeals _ Whether in the form of an announcement that is mailed to a few hundred local residents or a television commercial that is seen by millions, most marketing messages are delivered as mass communications such as advertising, sales promotion, and publicity and public relations.

Infomercial--A paid message broadcast to a TV audience using a format resembling a legitimate program.

C. Product and Package Design _ A product's appearance is often the key feature that helps to determine if it will stand out from the competition, and whether customers will regard it as crude or sophisticated, modern or traditional, cheap or expensive, and so on.

D. When Consumers Do the Promoting: Word-of-Mouth Communications _ Product-related information informally transmitted from one consumer to another.

51- **What does the passage mainly discuss?**

- 1) Various components of a market
- 2) Ways to compete in a difficult market
- 3) Different ways to promote a product
- 4) The best way to market a product

52- **The word "those" in line 2 refers to -----.**

- | | | | |
|---------------|----------|-------------------|-------------|
| 1) dimensions | 2) media | 3) communications | 4) messages |
|---------------|----------|-------------------|-------------|

53- **The word "others" in line 9 refers to -----.**

- | | | | |
|---------|----------------|------------|-------------|
| 1) goal | 2) alternative | 3) service | 4) consumer |
|---------|----------------|------------|-------------|

- 54- By "Word-of-Mouth", the author means -----.
- 1) attracting customers by means of mass media
 - 2) exploitation of all means available to communicate a message to customers
 - 3) introduction of a product by a customer to other ones
 - 4) contacting customers face to face to relay the message
- 55- The word "resembling" in line 19 is closest in meaning to -----.
- 1) following
 - 2) being similar to
 - 3) being as interesting as
 - 4) entertaining
- 56- According to the passage, all of the following are true EXCEPT that
- 1) promotion is a multi-faceted activity
 - 2) product promotion does not only include the introduction of a newly produced commodity
 - 3) product appearance does not matter much in that people's taste is subject to change
 - 4) customers themselves sometimes act as a promotion device
- 57- An attempt made to make customers realize a product already presented is even now available for use falls under the category of -----.
- 1) mass appeals
 - 2) elements of promotion
 - 3) personal appeals
 - 4) destination

Passage 2

C. Classifying retailers by the Selection of Merchandise They Sell

Merchandise Assortment _ The range of products sold. Merchandise Breadth _ The number of different product lines available.

Merchandise Depth _ The variety of choices available for each specific product.

1. Convenience Stores _ Neighborhood retailers that carry a limited number of frequently purchased items including basic food products, newspapers, and sundries and cater to consumers who are willing to pay a premium for the ease of buying close to home.

2. Supermarkets _ Food stores that carry a wide selection of edibles and related products.

3. Specialty Stores _ Retailers who carry only a few product lines but offer good selection within the lines they do sell.

4. Discount Stores _ Retailers who offer a wide variety of inexpensive brand name items in a self-service, "no-frills" setting

Off-Price Retailers _ Retailers who buy excess merchandise from well-known manufacturers and pass the savings on to customers.

5. Department Stores _ Retailers who sell a broad range of items and a good selection within each product line sold.

- 58- The basis of classification in the passage is -----.
- 1) what retailers choose to sell
 - 2) the setting in which goods are presented
 - 3) the customer type and their preferences
 - 4) the price range available
- 59- Where are you more likely to pay for a product in addition to its regular cost?
- 1) Department stores
 - 2) Convenience stores
 - 3) Discount stores
 - 4) Specialty stores
- 60- Which of the following is true about off-Price Retailers, according to the passage?
- 1) They make a big profit by selling excess goods.
 - 2) They purchase from manufactures goods which they are willing to sell at a lower than the actual price.
 - 3) They are sometimes forced to offer their goods at a very low price.
 - 4) They tend to buy from manufactures about to go bankrupt.

- ۶۱- شرکت‌هایی که در دوران اولیه چرخه زندگی خود هستند بر کدام استراتژی تأکید می‌ورزند؟
 (۱) بهره‌وری (۲) بکارگیری دارایی‌ها (۳) رشد درآمد (۴) بهای تمام شده
- ۶۲- کدام مورد جزو ویژگی سازمان جدید استراتژی محور است؟
 (۱) فرایندگرا (۲) ارزیابی فعالیت‌ها و وظایف (۳) پرداخت متغیر بسیار کم (۴) بوروکراتیک
- ۶۳- کدام مورد جزو ویژگی‌های اهداف طبق دیدگاه مدیریت بر مبنای هدف (MBO) نیست؟
 (۱) مالی (۲) بین وظیفه‌ای (۳) کوتاه مدت (۴) تاکتیکی
- ۶۴- کدام مورد جزو فرایندهای همسوسازی کارکنان با استراتژی در سازمان‌های استراتژی محور نیست؟
 (۱) ساختار سازمان (۲) سیستم‌های پاداش و بهره‌وری (۳) توسعه اهداف فردی و گروهی (۴) آموزش و برقراری ارتباط
- ۶۵- ساختار روش ارزیابی متوازن چگونه است؟
 (۱) متقاطع و مورب (۲) از پایین به بالا و با نتایج رشد و یادگیری شروع می‌شود. (۳) افقی و از فرایندها شروع می‌شود. (۴) از بالا به پایین و با نتایج مالی شروع می‌شود.
- ۶۶- کدام مورد جزو کانال‌های وسیع و قوی برای انتقال استراتژی‌های جدید می‌باشد؟
 (۱) خبرنامه‌ها (۲) سخنرانی‌های رسمی (۳) ارتباطات راهرویی (۴) گزارش‌ها
- ۶۷- کدام مورد جزو عوامل اصل «استراتژی را کار هر روز هر کس سازید» می‌باشد؟
 (۱) آگاهی استراتژیک (۲) سنجش‌های ارزیابی متوازن (۳) سیستم‌های اطلاعاتی تحلیلی (۴) اتصال بودجه به استراتژی‌ها
- ۶۸- مهم‌ترین چالش سبک رهبری مدیران ارشد در BSC کدام است؟
 (۱) انگیزش (۲) برقراری ارتباط و مراوده (۳) پاداش و تنبیه (۴) کنترل
- ۶۹- با شناخت محدودیت‌های مدیریت براساس ارقام مالی صرف، بسیاری از شرکت‌ها طی دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ کدام مورد را به عنوان نقطه اتکای مرکزی خود انتخاب نمودند؟
 (۱) کیفیت (۲) مدیریت روابط با مشتری (CRM) (۳) مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار (۴) روش ارزیابی متوازن
- ۷۰- برتری عملیاتی از مضامین استراتژیک کدام منظر BSC می‌باشد؟
 (۱) مالی (۲) یادگیری و رشد (۳) فرایندهای داخلی (۴) مشتری
- ۷۱- حاشیه سود در بازارهای جدید مثال کدام یک از مضامین استراتژیک است؟
 (۱) ایجاد امتیاز (۲) افزایش ارزش مورد نظر مشتری (۳) شهروند خوب بودن (۴) کسب برتری عملیاتی
- ۷۲- سازمان‌هایی که فرایندهای تخصیص منابع و کنترل را حول محور برنامه‌های مصوب خود سامان می‌دهند از کدام روش همسویی اهداف سازمانی با اهداف فردی و گروهی استفاده می‌کنند؟
 (۱) روش ارزیابی متوازن فردی (۲) یکپارچگی با برنامه‌ریزی فعلی و فرایندهای کیفیت (۳) یکپارچگی با فرایندهای منابع انسانی (۴) همسویی با برنامه‌های استراتژیک
- ۷۳- کدام مورد بیانگر نظرات مدیران ارشد در مورد آن چیزی است که باید در داخل شرکت انجام شود تا نتایج استراتژیک محقق شود؟
 (۱) مأموریت (۲) مضامین استراتژیک (۳) نقشه استراتژیک (۴) چشم‌انداز
- ۷۴- به اعتقاد جان کاتر (John Kotter) دگرگونی موفق به چند درصد رهبری نیاز دارد؟
 (۱) ۱۰ تا ۳۰ (۲) بالای ۹۰ (۳) ۷۰ تا ۹۰ (۴) ۵۰ تا ۷۰
- ۷۵- در عصر اقتصاد صنعتی معیارهای مالی شاخص‌های خوبی برای سنجش موفقیت شرکت‌ها بودند زیرا.....
 (۱) مزیت‌های رقابتی آن عصر عمدتاً مبتنی بر کیفیت و کمیت محصولات بود. (۲) مزیت‌های رقابتی آن عصر عمدتاً بر کاهش بهای تمام شده ناشی از صرفه‌ی مقیاس و تولید انبوه بود. (۳) فعالیت‌های ارزش آفرین سازمان‌ها فقط متکی به دارایی مشهود آن‌ها نیست. (۴) بیشتر مزیت‌ها مبتنی بر ارائه راه حل‌های یکپارچه به مشتریان و ذینفعان بود.
- ۷۶- فناوری‌های استراتژیک جزو استراتژی‌های کدام منظر روش ارزیابی متوازن است؟
 (۱) مالی (۲) فرایندهای داخلی (۳) یادگیری و رشد (۴) مشتری
- ۷۷- شرکت‌های سونی و دل به ترتیب از کدام استراتژی‌ها بهره می‌گیرند؟
 (۱) برتری عملیاتی - رهبری محصول (۲) برتری عملیاتی - صمیمیت با مشتری (۳) رهبری محصول - صمیمیت با مشتری (۴) رهبری محصول - برتری عملیاتی

- ۷۸- کدام گزینه در مورد سیستم‌های سنجش مالی سنتی صحیح نیست؟
 (۱) توانایی ارزیابی دارایی‌های نامشهود را ندارند.
 (۲) اصولاً در طبیعت خود نشان دهنده سر جمع عملیات و فعالیت‌های یک سازمان‌اند.
 (۳) قادر به محاسبه بهای تمام شده همکاری‌های بین وظیفه‌ای است.
 (۴) نشان‌دهنده رویدادهای تاریخی و گذشته‌اند.
- ۷۹- فرایند بنیان نهادن سیستم مدیریت با استفاده از روش ارزیابی متوازن با چه چیزی شروع می‌شود؟
 (۱) رهبری (۲) هدف‌گذاری (۳) سازماندهی (۴) برنامه‌ریزی
- ۸۰- طراحی و اجرای سیستم‌های جبران خدمات متصل به معیارهای ارزیابی استراتژی راهکار برطرف کردن کدام مانع اساسی پیاده سازی استراتژی است؟
 (۱) عدم تعهد مدیریت (۲) عدم همسویی کارکنان (۳) عدم انتقال استراتژی (۴) عدم تخصیص منابع
- ۸۱- اگر طبق تحلیل SWOT، در مورد یک سازمان تهدیدات عمده محیطی و هم زمان قوت‌های داخلی و اساسی وجود داشته باشد کدام استراتژی مناسب‌تر است؟
 (۱) تدافعی (۲) تغییر جهت (۳) تهاجمی (۴) تنوع
- ۸۲- در مواجهه شرکت با دولت اگر میزان قدرت شرکت کم و میزان اهمیت موضوع برای شرکت زیاد باشد کدام استراتژی مناسب‌تر است؟
 (۱) اتحاد (۲) همراهی (۳) تغییر (۴) پرهیز
- ۸۳- در کدام رویکرد، استراتژی به یک نیروی میانجی یا هماهنگ کننده بین سازمان و محیطش تبدیل می‌شود؟ استراتژی به عنوان
- ۸۴- کدام مورد روشی است برای انتقال فکر از چارچوب یک مرجع به چارچوب مرجعی دیگر به نحوی که افراد و گروه‌ها را به حذف موانع خلاقیت فکری توانا سازد؟
 (۱) الگو (۲) نیرنگ (۳) موقعیت (۴) طرح
- ۸۵- ترکیب مزیت رقابتی (CA) و توان مالی (FS) در مدل SPACE کدام استراتژی را شکل می‌دهد؟
 (۱) تدافعی (۲) محافظه کار (۳) رقابتی (۴) تهاجمی
- ۸۶- کدام استراتژی به فروش کار یا راه‌اندازی یک کار جدید به عنوان بخشی جداگانه مربوط می‌شود و زمانی اتخاذ می‌شود که یک کار مشخص به خوبی با سازمان سازگار نمی‌شود؟
 (۱) بازنگری (۲) حذف کامل (۳) حذف محدود (۴) کاهش
- ۸۷- کدام استراتژی ریشه در تحمل و فشار دارد و رهبر تا حدودی کنترل اوضاع را در دست گرفته و چارچوب‌ها و اهداف را مشخص می‌کند؟
 (۱) اجماعی (۲) از پیش طراحی شده (۳) تحمیلی (۴) چتری
- ۸۸- طبق ماتریس گزینه‌های استراتژیک مالی اگر نقدینگی ضعیف و ارزش مثبت باشد، شرکت باید کدام گزینه را انتخاب کند؟
 (۱) افزایش مالی (۲) کاهش سرمایه‌گذاری (۳) تجدید سرمایه‌گذاری (۴) تجدید ساختار
- ۸۹- کدام مکتب جزو پارادایم تجویزی است؟
 (۱) پیکربندی (۲) موقعیت یابی (۳) محیط گرایی (۴) کارآفرینی
- ۹۰- طبق ماتریس آنسوف اگر مؤسسه با یک کالای جدید وارد فعالیت در بازاری جدید شود کدام استراتژی تعقیب خواهد شد؟
 (۱) توسعه بازار (۲) نفوذ به بازار (۳) متنوع سازی (۴) توسعه محصول