## نمـــوذج ( ج )

**أجب من الأسئلة التالية في النموذج المحدد للإجابة بصواب أو خطأ**

**(عدد الأسئلة- خمسون سؤالاً)**

| | |
|---|---|
| ١ | لا يهدف تحليل Swot إلى تقدير الصورة النهائية لمركز المنظمة ومحصلة اتجاهها نحو القوة. |
| ٢ | إذا احتوى عرض الحالة على مشكلة صريحة أو موقف متازم لا يكون الهدف من عرض الحالة للحالة ودراستها. |
| ٣ | الحالة تعرّف بأنها توصيف مكتوب لإحدى المنظمات لا يغطي مدة زمنية محددة. |
| ٤ | دراسة الحالة هي تحليل شامل وعميق لعدة ظواهر. |
| ٥ | القراءة الأولية والسريعة تهدف إلى التعرف على عموميات الحالة العملية. |
| ٦ | الإدراك البيئي في التحليل لدراسة الحالة يعني إدراك البيئة التميز بين بيئة المنظمة الخارجية وبيئتها الداخلية. |
| ٧ | يهدف نظام تحليل Swot إلى تقدير الصورة النهائية لمركز المنظمة ومحصلة اتجاهها نحو القوة والضعف. |
| ٨ | من العوامل التي يتوقف عليها تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة نوع القرار الذي سيتم اتخاذه. |
| ٩ | البيئة الخارجية يقصد بها القوى والأحداث التي تمارس المنظمة عليها سيطرة قليلة أو غالباً ما يقال أنها تقع داخل السيطرة الادارية. |
| ١٠ | يتعرف الدارس على المشكلة الادارية وتحديدها بالدقة المناسبة وتعرفه على العامل المؤثر والفعال في هذه المشكلة هو ما يطلق عليه العامل الاستراتيجي. |
| ١١ | البيئة الداخلية هي الأحداث التي لا تقع تحت سيطرة المنظمة. |
| ١٢ | يمكن تحديد المشكلة الرينسية في الحالة العملية بالبحث عن الانحراف الرئيسي عن الهدف أو الأهداف المحددة لاحقاً. |
| ١٣ | يتوقف تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة على عدد البدائل المتوقع طرحها للحل. |
| ١٤ | قواعد تحديد الاستراتيجية لا تبنى وفق خطوات المفاضلة بين البدائل واختيار الأسواق والمنتجات وتوصيف وتحديد المجالات. |
| ١٥ | الوقت المتاح لإجراء عملية الإختيار يؤثر في إختيار الاستراتيجية المناسبة. |
| ١٦ | يرى البعض أن عملية تقويم البدائل الاستراتيجية المناسبة يجب أن تسير في شكل هرمي. |
| ١٧ | التشخيص الجيد للمشكلة يقود إلى تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة بشكل دقيق لتجميعها في الوقت المناسب. |
| ١٨ | دراسة الحالة تعني: Case Research . |
| ١٩ | المنتج الاجتماعي يعني: تغيير الأفكار والسلوكيات الصحيحة وتبني الأفكار المستحدثة. |
| ٢٠ | التسويق الاجتماعي يعني: Social Marketing |
| ٢١ | التسويق الاجتماعي يعني تحسين جودة الحياة وأهمية البحث عن المكاسب المادية. |
| ٢٢ | تهدف برامج التسويق الاجتماعي إلى تحقيق فوائد مادية وغير مادية للفرد والمجتمع. |
| ٢٣ | معظم المعلومات المتعلقة بالحالات الدراسية تبنى على حقائق واقعية. |
| ٢٤ | هدف دراسة الحالة هو مساعدة القارئ للربط بين النظرية والتطبيق. |
| ٢٥ | تعد دراسة الحالة تجسيداً للحقائق يتفاعل معه الدراس وكأنه يعيش التفاصيل الواقعية. |
| ٢٦ | من خطوات دراسة الحالة قراءة الحالة وهي تمثل الخطوة ما قبل الأخيرة في معالجة العملية. |
| ٢٧ | التحليل المفصل لدراسة الحالة يجب أن يتناول التسلسل الزمني للأحداث. |
| ٢٨ | في دراسة الحالة، الهدف وضع الحلول المناسبة بوصفه الهدف الرئيسي للمشكلة. |
| ٢٩ | التسويق نشاط اتصالي يستهدف الصالح العام والارتقاء بمستوى معيشة الأفراد. |
| ٣٠ | التسويق يعني : Advertising |
| ٣١ | في دراسة الحالة الهدف منها تحديد الفجوة بين الدراسات الأكاديمية وواقع الحال. |
| ٣٢ | من مزايا دراسة الحالة التخصصية وتعني Discriptive ويقصد بها دراسة الحالة التي تركز على وضع أو حدث أو برنامج أو ظاهرة معينة. |
| ٣٣ | المنهج الاجتماعي لا يعني تغيير الافكار والسلوكيات وتبني الأفكار التجارية. |
| ٣٤ | في التسويق التجاري نجد المنتجات الغير متشابهة متنافسة. |
| ٣٥ | يركز التسويق التجاري على إيجاد منافذ للبيع والتوزيع. |
| ٣٦ | في التسويق الاجتماعي المنتجات المتشابهة غير متنافسة. |
| ٣٧ | التسويق التجاري لا يتمتع بضخامة ميزانية. |
| ٣٨ | تصنف أزمة دواء التيلنول ضمن أزمات التهديد الخارجي ضد إقتصاد المنظمة حيث يتمثل ذلك في التخريب المتعمد في الدواء والابتزاز الذي تعرضت له الشركة. |
| ٣٩ | يرى البعض من عوامل نجاح الحملات هي القوى الملائمة والانسجام فقط. |
| ٤٠ | تهدف حملات تغيير الفعل إلى إقناع أكبر عدد ممكن من الأفراد للقيام بعمل خلال وقت محدد. |
| ٤١ | من القرارات الصائبة هي جمع المعلومات عن موقع الحدث وبطريقة غير مباشرة حتى لا يتأثر بأي ظرف معين. |
| ٤٢ | في دراسة الحالة تجمع المعلومات عن حالة الباحث وفق أسلوب علمي منظم. |
| ٤٣ | القراءة اللاحقة التفصيلية للحالة تقرأ عدة مرات. |
| ٤٤ | تحليل Swot الثلاثي يعمل على جمع المعلومات عن بيئة المنظمة وتقويمها. |
| ٤٥ | من خطوات دراسة الحالات القراءة والكتابة وهي تمثل الخطوة الأولى في المعالجة العملية. |
| ٤٦ | الفكرة التسويقية تهدف إلى تحقيق أهداف المنظمة المحددة في احتياجات ورغبات الجمهور المستهدف. |
| ٤٧ | الإعلان التجاري يهدف إلى ترويج الأفكار ذات الطابع الاجتماعي. |
| ٤٨ | تقسيم دراسات الحالة إلى ثلاثة تصنيفات هي الشرح والتوضيح والاستكشاف والوصف. |
| ٤٩ | يمكن أن تكون الأفكار الاجتماعية التي يتم تسويقها عبارة عن غير إتجاهات بمعنى : Belief. |
| ٥٠ | الأفكار الاجتماعية التي يمكن تسويقها عبارة عن اتجاه معين Attitude. |

لا تنسوني من صالح دعائكم