



٢٦	لا يهدف تحليل Swot إلى تقدير الصورة النهائية لمركز المنظمة ومحصلة اتجاهها نحو القوة. X
٢٧	إذا احتوى عرض الحالة على مشكلة صريحة أو موقف متازم لا يكون الهدف من عرض الحالة للحالة ودراستها. X
٢٨	الحالة تعرف بأنها توصيف مكتوب لإحدى المنظمات لا يغطي مدة زمنية محددة. ✓
٢٩	دراسة الحالة هي تحليل شامل وعميق لعدة ظواهر. ✓
٣٠	القراءة الأولية والسريعة تهدف إلى التعرف على عموميات الحالة العملية. X
٣١	الإدراك البيئي في التحليل لدراسة الحالة يعني إدراك البيئة التميز بين بيئة المنظمة الخارجية وبيئتها الداخلية. ✓
٣٢	يهدف نظام تحليل Swot إلى تقدير الصورة النهائية لمركز المنظمة ومحصلة اتجاهها نحو القوة والضعف. ✓
٣٣	من العوامل التي يتوقف عليها تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة نوع القرار الذي سيتم اتخاذه. ✓
٣٤	البيئة الخارجية يقصد بها القوى والأحداث التي تمارس المنظمة عليها سيطرة قليلة أو غالباً ما يقال أنها تقع داخل السيطرة الإدارية. X
٣٥	يتعرف الدارس على المشكلة الإدارية وتحديدها بالدقة المناسبة وتعرفه على العامل المؤثر والفعال في هذه المشكلة هو ما يطلق عليه العامل الاستراتيجي. ✓
٣٦	البيئة الداخلية هي الأحداث التي لا تقع تحت سيطرة المنظمة. X
٣٧	يمكن تحديد المشكلة الرئيسية في الحالة العملية بالبحث عن الانحراف الرئيسي عن الهدف أو الأهداف المحددة لاحقاً. X
٣٨	يتوقف تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة على عدد البدائل المتوقع طرحها للحل. ✓
٣٩	قواعد تحديد الاستراتيجية لا تبنى وفق خطوات المفاضلة بين البدائل واختيار الأسواق والمنتجات وتوصيف وتحديد المجالات. ✓
٤٠	الوقت المتاح لإجراء عملية الاختيار يؤثر في اختيار الاستراتيجية المناسبة. ✓
٤١	يرى البعض أن عملية تقويم البدائل الاستراتيجية المناسبة يجب أن تسير في شكل هرمي. ✓
٤٢	التشخيص الجديد للمشكلة يقود إلى تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة بشكل دقيق لتجميعها في الوقت المناسب. ✓
٤٣	دراسة الحالة تعني: Case Research. X
٤٤	المنتج الاجتماعي يعني: تغيير الأفكار والسلوكيات الصحيحة وتبني الأفكار المستحدثة. ✓
٤٥	التسويق الاجتماعي يعني: Social Marketing. ✓
٤٦	التسويق الاجتماعي يعني تحسين جودة الحياة وأهمية البحث عن المكاسب المادية. ✓
٤٧	تهدف برامج التسويق الاجتماعي إلى تحقيق فوائد مادية وغير مادية للفرد والمجتمع. ✓
٤٨	معظم المعلومات المتعلقة بالحالات الدراسية تبنى على حقائق واقعية. ✓
٤٩	هدف دراسة الحالة هو مساعدة القارئ للربط بين النظرية والتطبيق. ✓
٥٠	تعد دراسة الحالة تجسيدا للحقائق يتفاعل معه الدارس وكأنه يعيش التفاصيل الواقعية. ✓

مواضع

أجب عن الأسئلة التالية في النموذج للحدود للإجابة بصواب أو خطأ

(عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)

١	من خطوات دراسة الحالة قراءة الحالة وهي تمثل الخطوة ما قبل الأخيرة في معالجة العملية. X
٢	التحليل المفصل لدراسة الحالة يجب أن يتناول التسلسل الزمني للأحداث. ✓
٣	في دراسة الحالة، الهدف وضع الحلول المناسبة بوصفه الهدف الرئيسي للمشكلة. X
٤	التسويق نشاط اتصالي يستهدف الصالح العام والارتقاء بمستوى معيشة الأفراد. ✓
٥	التسويق يعني: Advertising. ✓
٦	في دراسة الحالة الهدف منها تحديد الفجوة بين الدراسات الأكاديمية وواقع الحال. ✓
٧	من مزايا دراسة الحالة التخصصية وتعني Discriptive ويقصد بها دراسة الحالة التي تركز على وضع أو حدث أو برنامج أو ظاهرة معينة. X
٨	المنهج الاجتماعي لا يعني تغيير الأفكار والسلوكيات وتبني الأفكار التجارية. X
٩	في التسويق التجاري نجد المنتجات الغير متشابهة متنافسة. X
١٠	يركز التسويق التجاري على إيجاد منافذ للبيع والتوزيع. ✓
١١	في التسويق الاجتماعي المنتجات المتشابهة غير متنافسة. ✓
١٢	التسويق التجاري لا يتمتع بضخامة ميزانية. X
١٣	تصنف أزمة دواء التينول ضمن أزمات التهديد الخارجي ضد اقتصاد المنظمة حيث يتمثل ذلك في التخريب المتعمد في الدواء والابتزاز الذي تعرضت له الشركة. ✓
١٤	يرى البعض من عوامل نجاح الحملات هي القوى الملانمة والانسجام فقط. X
١٥	تهدف حملات تغيير الفعل إلى إقناع أكبر عدد ممكن من الأفراد للقيام بعمل خلال وقت محدد. ✓
١٦	من القرارات الصائبة هي جمع المعلومات عن موقع الحدث وبطريقة غير مباشرة حتى لا يتأثر بأي ظرف معين. X
١٧	في دراسة الحالة تجمع المعلومات عن حالة الباحث وفق أسلوب علمي منظم. ✓
١٨	القراءة اللاحقة التفصيلية للحالة تقرأ عدة مرات. ✓
١٩	تحليل Swot الثلاثي يعمل على جمع المعلومات عن بيئة المنظمة وتقويمها. ✓
٢٠	من خطوات دراسة الحالات القراءة والكتابة وهي تمثل الخطوة الأولى في المعالجة العملية. ✓
٢١	الفكرة التسويقية تهدف إلى تحقيق أهداف المنظمة المحددة في احتياجات ورغبات الجمهور المستهدف. ✓
٢٢	الإعلان التجاري يهدف إلى ترويج الأفكار ذات الطابع الاجتماعي. ✓
٢٣	تقسيم دراسات الحالة إلى ثلاثة تصنيفات هي الشرح والتوضيح والاستكشاف والوصف. ✓
٢٤	يمكن أن تكون الأفكار الاجتماعية التي يتم تسويقها عبارة عن غير اتجاهات بمعنى: Belief. X
٢٥	الأفكار الاجتماعية التي يمكن تسويقها عبارة عن اتجاه معين Attitude. ✓

أحمد السطري