



عنوان درس: برنامه ریزی استراتژیک، برنامه ریزی استراتژیک در بازاریابی ورزشی، برنامه ریزی استراتژیک در عمل (کارگاه)، مدیریت استراتژیک
رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت بازاریابی در ورزش ۱۲۱۵۳۳۷ - مدیریت ورزشی-مدیریت راهبردی در سازمانهای ورزشی ۱۲۱۵۳۴۵
 مدیریت اجرایی (استراتژیک) ۱۲۱۸۲۴۰ - مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیکی، مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت، -
 استراتژیک، مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی، مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین
 المللی) MBA۱۲۳۷۰۰۲، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۶۷۰ - مدیریت

۱- ترتیب مراحل فرآیند سیاست گذاری کلی در سازمان چگونه است؟

۱. آرمان ها - چارچوب ها-استراتژی ها - تاکتیکها
۲. برنامه عملیاتی- اهداف-استراتژیها - تاکتیکها
۳. برنامه عملیاتی- آرمان ها - چارچوب ها-تاکتیکها
۴. برنامه عملیاتی- اهداف-آرمان ها - چارچوب ها

۲- «استراتژی ها پیشاپیش نسبت به اتفاقات ساخته می شوند و نیز توسعه آنها آگاهانه و هدفمند است» توضیح کدام یک از دیدگاه ها درباره تعریف استراتژی می باشد؟

۱. استراتژی به عنوان نیرنگ
۲. استراتژی به عنوان موقعیت
۳. استراتژی به عنوان طرح
۴. استراتژی به عنوان نگرش

۳- کدام یک از گزینه های زیر در مورد ویژگیهای مدیریت استراتژیک، صحیح است؟

۱. مدیریت استراتژیک به آینده و هدفهای بلند آن توجه دارد.
۲. مدیریت استراتژیک به عهده مدیریت عملیاتی است.
۳. مدیریت استراتژیک مدیران سطوح بالا را هدایت می کند.
۴. مدیریت استراتژیک سازمان را به صورت یک سیستم بسته در نظر می گیرد.

۴- کدام یک از وظایف مدیریت استراتژیک شامل اعمال ترکیبی است که مدیران سازمان برای تعقیب و پیگیری ماموریت سازمان و رسیدن به اهداف استراتژیک مالی خود، اتخاذ نموده و یا قصد دارند، اتخاذ کنند؟

۱. تعیین اهداف
۲. تعیین ارکان جهت سازمان
۳. تدوین استراتژی
۴. اجرای استراتژی

۵- مهم ترین ویژگی تفکر استراتژیک، کدام گزینه است؟

۱. یادگیری دوحلقه ای
۲. خلق چشم انداز
۳. بعد ماهیت تفکر استراتژیک
۴. نگرش تمام نگر به فضای کسب و کار

۶- نتایج تحلیل شکاف و فاصله عملکردی در مدل برنامه ریزی جامع استراتژیک تایلر، بیانگر چیست؟

۱. میزان تغییرات استراتژیک
۲. میزان فاصله بین نتایج و اهداف
۳. میزان تغییرات هزینه
۴. میزان شکاف رقابتی با رقبا



عنوان درس: برنامه ریزی استراتژیک، برنامه ریزی استراتژیک در بازاریابی ورزشی، برنامه ریزی استراتژیک در عمل (کارگاه)، مدیریت استراتژیک رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت بازاریابی در ورزش ۱۲۱۵۳۳۷ - مدیریت ورزشی-مدیریت راهبردی در سازمانهای ورزشی ۱۲۱۵۳۴۵ - مدیریت اجرایی (استراتژیک) ۱۲۱۸۲۴۰ - مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیکی، مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت استراتژیک، مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی، مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۶۷۰ - مدیریت MBA۱۲۳۷۰۰۲

۷- گام های اول و آخر در مدل برنامه ریزی استراتژیک و ایتمن، به ترتیب چه هستند؟

۱. ممیزی داخلی-پیگیری و ارزیابی نتایج
۲. ممیزی خارجی-اجرا
۳. ممیزی داخلی-اجرا
۴. پیگیری و ارزیابی نتایج-اجرا

۸- سه عنصر قابل توجه در مرحله اجرای استراتژی در «مدل رایت» کدام گزینه است؟

۱. شرکت-کسب و کار-وظیفه
۲. شرکت-کسب و کار-ساختار
۳. رهبری-فرهنگ سازمانی-کسب و کار
۴. ساختار-رهبری-فرهنگ سازمانی

۹- سنگ بنای «اقیانوس آبی» کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. نوآوری ارزش
۲. ساختار هزینه
۳. ساختار درآمد
۴. رقابت مستمر

۱۰- کدامیک از انواع گروه غیر مشتریان، از محصولات و خدمات بازار فعلی به دفعات محدود استفاده کرده و در لبه بازار نشسته اند؟

۱. گروه دوم غیر مشتریان
۲. گروه اول غیر مشتریان
۳. گروه سوم غیر مشتریان
۴. گروه چهارم غیر مشتریان

۱۱- کدام یک از گزینه های زیر، اصول راهنما هستند که رهنمود هایی برای مسیر حرکت و رشد، تصمیم گیری و رفتارها در سازمان ارائه می کنند؟

۱. اصول اساسی
۲. اصول اولیه
۳. پایداری و اعتبار
۴. اصول ارزشی سازمان

۱۲- برای اینکه یک بیانیه ماموریت به خوبی تنظیم شود، باید از کدام یک از موارد زیر پرهیز شود؟

۱. وسیع و گسترده باشد.
۲. محدود و موجز باشد.
۳. نشان دهنده بایدها و نبایدها باشد.
۴. چراغ راهنما برای آینده باشد.

۱۳- نگرش مورد استفاده یک واحد وظیفه ای، برای تعیین بیانیه ماموریت بخش وظیفه ای در راستای بیانیه ماموریت کل سازمان، همراه با کدام یک از موارد زیر است؟

۱. تاکید بر ارزشها
۲. حداکثر کردن بهره وری منابع
۳. توسعه منابع انسانی
۴. چارچوب عمل



عنوان درس: برنامه ریزی استراتژیک، برنامه ریزی استراتژیک در بازاریابی ورزشی، برنامه ریزی استراتژیک در عمل (کارگاه)، مدیریت استراتژیک رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت بازاریابی در ورزش ۱۲۱۵۳۳۷ - مدیریت ورزشی-مدیریت راهبردی در سازمانهای ورزشی ۱۲۱۵۳۴۵ - مدیریت اجرایی (استراتژیک) (۱۲۱۸۲۴۰) - مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیکی، مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت استراتژیک، مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی، مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) (۱۲۱۸۶۷۰) - مدیریت MBA۱۲۳۷۰۰۲

۱۴- کدام یک از انواع اهداف معمولاً در فاصله های زمانی ۳ الی ۵ سال و عموماً توسط مدیران ارشد سازمان تعیین میشوند مسیر حرکت سازمان را مشخص میکنند؟

۱. اهداف کوتاه مدت
۲. اهداف میان میان مدت
۳. اهداف چالشی
۴. اهداف بلند مدت

۱۵- کدام یک از انواع شاخص ها به ترتیب « نتایج را سنجش می کنند» و « نتایج را پیش بینی می کنند» می باشد؟

۱. شاخص های متقدم - شاخص های متاخر
۲. شاخص های متاخر - شاخص های متقدم
۳. شاخص های متقدم - شاخص های متقدم
۴. شاخص های متاخر - شاخص های متاخر

۱۶- کدام یک از انواع رویکردهای زیر، تمامی ذی نفعان سازمان را مد نظر قرار می دهد و مبنا قرار دادن مسئولیت های اجتماعی سازمان، مورد توجه سهامداران است؟

۱. رویکرد ارزش ذی نفعان
۲. رویکرد مدیریتی ذی نفعان
۳. رویکرد اصلی ذی نفعان
۴. رویکرد فرعی ذی نفعان

۱۷- اهدافی مانند: مهارت و خلاقیت کارکنان، فرهنگ سازمانی و کار تیمی که منبع نهایی خلق ارزش پایدار هستند جزء کدامیک از اهداف چهار گانه مدل کارت امتیازی متوازن می باشند؟

۱. اهداف مشتری
۲. اهداف مالی
۳. اهداف یادگیری و رشد
۴. اهداف فرایند های داخلی کسب و کار

۱۸- کدام یک از گزینه های زیر به ترتیب « با بصیرت و آگاهی دنبال خیر و مصلحت آدمی با توجه به معیارهای الهی و اعتقادی می باشد» و « معیارهایی چون کارایی، بازدهی، سودآوری و غیره را مورد توجه قرار می دهد» می باشد؟

۱. تعقل ابزاری - تعقل جوهری
۲. تعقل جوهری - تعقل ابزاری
۳. تعقل ابزاری - تعقل ابزاری
۴. تعقل جوهری - تعقل جوهری

۱۹- کدام یک از انواع محیط ها، از تمامی عوامل و شرایط خارج از سازمان تشکیل می شود که شامل عوامل سیاسی، قانونی، رقبا، فروشندگان، مصرف کنندگان، محیط اقتصادی عمومی و محیط تکنولوژی می شود؟

۱. محیط بیرونی واقعی
۲. محیط ذهنی
۳. محیط اجرایی
۴. محیط اقدامی



عنوان درس: برنامه ریزی استراتژیک، برنامه ریزی استراتژیک در بازاریابی ورزشی، برنامه ریزی استراتژیک در عمل (کارگاه)، مدیریت استراتژیک
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت بازاریابی در ورزش ۱۲۱۵۳۳۷ - مدیریت ورزشی-مدیریت راهبردی در سازمانهای ورزشی ۱۲۱۵۳۴۵
 - مدیریت اجرایی (استراتژیک) ۱۲۱۸۲۴۰ - مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیکی، مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت استراتژیک، مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی، مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۶۷۰ - مدیریت MBA۱۲۳۷۰۰۲

۲۰- «اعتقاد به ازدواج» و «تغییر سن ازدواج» به ترتیب مثالهایی از کدام یک از ارزش های فرهنگی جامعه می باشند؟

۱. ارزش فرهنگی پایه - ارزش فرهنگی ثانویه
۲. خرده فرهنگ ها- ارزش فرهنگی پایه
۳. ارزش فرهنگی ثانویه - ارزش فرهنگی پایه
۴. ارزش فرهنگی ثانویه - ارزش فرهنگی ثانویه

۲۱- در تعیین عوامل مهم محیطی، چنانچه عوامل کم اهمیت به اشتباه مهم ارزیابی شوند و در فهرست عوامل تاثیر گذار وارد شوند، بیانگر چیست؟

۱. قانون 20/ 80
۲. خطای نوع اول
۳. خطای نوع دوم
۴. ظرفیت و توان محدود سازمان

۲۲- «اندازه بازار و نرخ رشد آن» بیانگر کدام یک از گزینه های زیر در محیط صنعت است؟

۱. ویژگیهای بارز اقتصادی صنعت
۲. نیروهای رقابتی موجود در صنعت
۳. عوامل و محرک های ایجاد تغییر در صنعت
۴. موقعیت رقابتی شرکت ها در صنعت

۲۳- قدرتمندترین نیروی رقابتی پورتر، کدام یک از موارد زیر است؟

۱. تامین کنندگان
۲. مشتریان
۳. رقابت بین رقبای موجود
۴. کالاهای جانشین

۲۴- اگر موانع خروج از صنعت بالا و موانع ورود به آن نیز بالا باشد، جذابیت صنعت چگونه است؟

۱. جذابیت متوسط
۲. جذابیت مناسب
۳. جذابیت عالی
۴. عدم جذابیت

۲۵- در کدام یک از انواع ساختارهای سازمانی، سازمان تمامی فعالیتهای ارزش افزوده سیستم های کسب و کار خود را برون سپاری کرده و بیشتر شبیه به یک میانجی عمل می کند؟

۱. ساختار شبکه ای
۲. ساختار وظیفه ای
۳. ساختار بخشی
۴. ساختار ماتریسی

۲۶- مشارکت در سازمان از بعد افقی، نشان دهنده کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. مشارکت در تصمیم گیری
۲. کار گروهی و تیمی در سازمان
۳. همکاری با سازمانهای دیگر
۴. درجه اعتماد به کارکنان سازمان



عنوان درس: برنامه ریزی استراتژیک، برنامه ریزی استراتژیک در بازاریابی ورزشی، برنامه ریزی استراتژیک در عمل (کارگاه)، مدیریت استراتژیک
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت بازاریابی در ورزش ۱۲۱۵۳۳۷ - مدیریت ورزشی-مدیریت راهبردی در سازمانهای ورزشی ۱۲۱۵۳۴۵
 - مدیریت اجرایی (استراتژیک) ۱۲۱۸۲۴۰ - مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیکی، مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت استراتژیک، مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی، مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۶۷۰ - مدیریت MBA۱۲۳۷۰۰۲

۲۷- یافتن یک تناسب استراتژیک بین جایگاه و موقعیت سازمان با استراتژی های آن ، کدام گزینه است؟

۱. موقعیت یابی استراتژیک
۲. تجزیه و تحلیل استراتژیک
۳. تناسب استراتژیک
۴. ارزیابی و کنترل استراتژیک

۲۸- هدف از کدام یک از استراتژی های سوات (SWOT) این است که سازمان با بهره گیری از فرصت های موجود در محیط خارج بکوشد نقاط ضعف داخلی را بهبود بخشد؟

۱. استراتژی محافظه کارانه
۲. استراتژی رقابتی
۳. استراتژی تهاجمی
۴. استراتژی تدافعی

۲۹- میزان اثرپذیری ذینفعان از سازمان ، بر اساس کدام معیار مشخص می شود؟

۱. قدرت
۲. انگیزه
۳. آگاهی
۴. تمایل

۳۰- ماتریس سوات (SWOT) در کدام مرحله از چارچوب جامع در تدوین استراتژی کاربرد دارد؟

۱. مرحله تطبیق و مقایسه
۲. مرحله شروع
۳. مرحله تصمیم گیری
۴. مرحله ورودی

شماره سوال	پاسخ صحیح	وضعیت کلید
۱	الف	عادي
۲	ج	عادي
۳	الف	عادي
۴	ج	عادي
۵	د	عادي
۶	ب	عادي
۷	الف	عادي
۸	د	عادي
۹	الف	عادي
۱۰	ب	عادي
۱۱	د	عادي
۱۲	الف	عادي
۱۳	ب	عادي
۱۴	د	عادي
۱۵	ب	عادي
۱۶	الف	عادي
۱۷	ج	عادي
۱۸	ب	عادي
۱۹	الف	عادي
۲۰	الف	عادي
۲۱	ج	عادي
۲۲	الف	عادي
۲۳	ج	عادي
۲۴	ب	عادي
۲۵	الف	عادي
۲۶	ب	عادي
۲۷	ب	عادي
۲۸	الف	عادي
۲۹	د	عادي
۳۰	الف	عادي