

يتكون هذا الاختبار من (100) سؤال موضوعي من نوع الاختيار من متعدد، الإجابة عنها إجبارية. ظلل بقلم الرصاص بشكل غامق الدائرة التي تشير إلى الإجابة الصحيحة في المكان المخصص لذلك في نموذج الإجابة المرفق.

إدارة التسويق

1. من المهمات الوظيفية لإدارة التسويق :

- أ- المستهلك كمحور ارتكاز
- ب- المستهلك هو سيد السوق
- ج- التحليل التشخيصي للسوق المحتملة
- د- التسويق يتساوي في الأهمية مع وظائف الشركة الأخرى

2. عرفت جمعية التسويق البريطانية إدارة النشاط التسويقي على أنها :

- أ- العملية التي يمكن بواسطتها تنفيذ غرض تسويقي معين والإشراف عليه بهدف بلوغ الأهداف المرسومة
- ب- الاتجاه الحديث للتسويق في واقع التطبيق
- ج- جهة مركزية تضطلع بوظائف تخطيط وتنظيم ورقابة أوجه النشاط المتعلقة بانتساب المنتج من أماكن إنتاجه إلى أماكن استهلاكه
- د- مجموعة العناصر المكونة من المنتج والتسعير والتوزيع والترويج

3. المجال الجذاب للعمل التسويقي الخاص بالشركة والذي تتمكن من خلاله أن تتمتع بميزة تنافسية هو تعريف لـ :

- أ- التسويق
- ب- التخطيط
- ج- الفرصة التسويقية
- د- التنظيم

4. تبدأ عملية إدارة التسويق بـ :

- أ- تحليل الفرصة التسويقية
- ب- التخطيط التسويقي
- ج- إدارة الجهود التسويقية
- د- اختيار الهدف التسويقي

5. تعد السياسات الترويجية وسياسات بحوث التسويق مثلاً على :

- أ- سياسات أساسية
- ب- سياسات عليا
- ج- سياسات فرعية
- د- سياسات شاملة

6. من خصائص البرامج التسويقية :

- أ- غير مرتبطة بزمن معين
- ب- تستلزم جهوداً إضافية
- ج- عدم ضرورة وجود ميزانية محددة للصرف منها
- د- البرامج مرتبطة بالإجراءات كونها مرشدة للعمل

7. من العوامل التي يعتمد عليها التنظيم الإداري في تحقيق أهدافه :

- أ- السرعة والاقتصاد وحسن الأداء
- ب- السرعة والاقتصاد والمخاطرة
- ج- المخاطرة والجودة والسرعة
- د- الاقتصاد وحسن الأداء والغرض

8. من مزايا التقسيم على أساس المناطق:

- ا- البطء في اتخاذ القرارات
- ب- السرعة في اتخاذ القرارات
- ج- صعوبة تنسيق الأنشطة في المنطقة الواحدة
- د- صعوبة التنسيق بين المناطق البعيدة والنائية

9. من أهم المداخل الأساسية التي يتم الاعتماد عليها في تقييم الهيكل التنظيمي :

- ا- المدخل النوعي
- ب- مدخل الإجابات
- ج- المدخل المثالي
- د- مدخل الملاحظة

10. من الأساليب المستخدمة لتحقيق التنسيق في مجال التسويق :

- ا- التوازن والتوافق الكامل
- ب- التنسيق الهرمي
- ج- وضوح الصلاحيات والأدوار
- د- القيادة والإشراف

11. من مزايا التنسيق :

- ا- وجود علاقة طردية بين الحاجة للتنسيق وحجم الشركة وتعقيد وظائفها
- ب- وجود علاقة عكسية بين الحاجة للتنسيق وحجم الشركة وتعقيد وظائفها
- ج- التنسيق عملية محددة بزمان محدد
- د- بالتنسيق يحدث ازدواجية في الوظائف التسويقية

12. أي الاعتبارات التالية تؤثر على اختيار نوع القيادة :

- ا- الأفراد، الزمن، التحيز
- ب- الزمن، الخطة، الأفراد
- ج- الأفراد، الزمن، الحيز
- د- الأفراد، الخطة، الهيكل التنظيمي

13. القيادة التي تفترض بأنها حق يعطى للفرد الذي يتمتع بالسلطة هي القيادة :

- ا- الأبوية
- ب- الشخصية
- ج- الديموقراطية
- د- المتسلطة

14. تقع المسؤولية الرئيسية في الرقابة على الخطة السنوية على عاتق :

- ا- مراقب التسويق
- ب- الإدارة الدنيا
- ج- الإدارة العليا والإدارة الوسطى
- د- الإدارة الوسطى ومراقب التسويق

15. من أساليب الرقابة التسويقية :

- ا- أسلوب الوقت الفعلي
- ب- الرقابة على الفعالية
- ج- الرقابة على الأرباح
- د- الرقابة على الاستراتيجية

16. من العناصر الترويجية التي تعتمد عليها استراتيجية الجذب الترويجية :

- ا- الإعلان
- ب- تنشيط المبيعات
- ج- البيع الشخصي
- د- الدعاية

17. الإعلان المتعلق بتسويق السلع الجديدة التي تطرح لأول مرة في السوق :

- ا- الإرشادي
- ب- التذكيري
- ج- التعليمي
- د- التنافسي

18 يقصد بعمق المزيج السلعي :

- ا- عدد المنتجات المختلفة في كل خط إنتاجي
- ب- عدد الأنواع المختلفة لكل منتج
- ج- أوجه التشابه بين منتجات المزيج السلعي
- د- عدد الخطوط الإنتاجية المختلفة التي تمتلكها الشركة

19 من الجوانب التي يجب دراستها للتنبؤ بالطلب على المستوى القومي :

- ا- الادخار والاستثمار
- ب- آراء مندوبي المبيعات
- ج- حجم السوق بالنسبة للصناعة
- د- تحديد إمكانات السوق

20 من الطرق الرياضية المستخدمة للتنبؤ بالمبيعات :

- ا- الانحدار البسيط
- ب- الطريقة التاريخية
- ج- السلاسل الزمنية
- د- آراء الخبراء

- تسويق الخدمات -

21 من التطورات الحديثة في الدول المتقدمة والتي ساعدت المؤسسات الخدمية على تبني المفاهيم التسويقية:

- ا- التطور الاجتماعي
- ب- التطور الاقتصادي
- ج- التطور البيئي
- د- التقدم التكنولوجي

22 المرحلة الأولى من مراحل تبني الخدمة هي مرحلة:

- ا- التجربة
- ب- الشراء
- ج- الانتباه
- د- التقييم

23 تشمل الخطوة الأولى في التخطيط الاستراتيجي (وهي تحليل الموقف) على تحليل:

- ا- وصياغة استراتيجية عامة للمؤسسة
- ب- الوضع الحالي لبرنامج الشركة التسويقي
- ج- الاستراتيجية الفرعية للمؤسسة
- د- وتطوير استراتيجية عامة للمؤسسة

24 تتضمن الاستثناءات مجموعة من الخدمات المساعدة التي تقع خارج نطاق الخدمات الروتينية المتعارف عليها ، ومن أشكال الاستثناءات :

- ا- حماية ممتلكات العميل
- ب- الطلبات الخاصة
- ج- استلام الطلبات
- د- الضيافة

25 طريقة تسعير الخدمات الموجهة لتحقيق الحد الأدنى من الأرباح المستهدفة هي طريقة:

- ا- السعر الموجه نحو الربح
- ب- السعر الموجه نحو المنافسة
- ج- الأسعار المراقبة من قبل الحكومة
- د- السعر الموجه نحو المستهلك

26 " أي شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي المدفوع الثمن، والذي يستخدم للتأثير على توقعات المستهلكين ويساعد مقدمي الخدمة على تمييز أنفسهم عن غيرهم من المنافسين"، هو تعريف:

- ا- البيع الشخصي
- ب- طرق تنشيط المبيعات
- ج- الإعلان
- د- التسويق المباشر

- 27 يحصل العميل على نوعين من جودة الخدمة، هما الجودة:
- ا- المتوقعة والجودة المدركة ب- الداخلية والجودة الخارجية
ج- الفنية والجودة الوظيفية د- الرئيسية والجودة الفرعية
- 28 من الأمثلة على الخدمات التي تتميز بعدم الملموسية الكاملة:
- ا- التأمين ب- الخدمات المالية
ج- خدمات الأمن والحماية د- الدراي كلين
- 29 من الأمثلة على خدمات الضيافة (إحدى مجموعات الخدمات التكميلية):
- ا- النصائح الشخصية ب- الضمانات
ج- الترحيب د- قائمة الأسعار
- 30 عند تحديد الأهداف التسعيرية للخدمات يجب الأخذ بالاعتبار:
- ا- العرض ب- الطلب
ج- مرونة العرض د- مرونة الطلب
- 31 من الابتكارات والتطويرات الجديدة في التوزيع الخدمي:
- ا- اختيار المكان ب- خدمة العميل
ج- محلات التجزئة د- محلات الجملة
- 32 من أهداف الترويج لما بعد الشراء:
- ا- تطوير صورة المؤسسة ب- زيادة المعرفة لدى العميل
ج- زيادة احتمالية الشراء د- تخفيض درجة الندم عند العميل
- 33 يعني التزامن في الإنتاج والاستهلاك للخدمة أن انجاز الخدمات قد يتأثر بالعامل الإنساني وفي إحدى المستويات الآتية:
- ا- العميل / المستهلك ب- تاجر التجزئة
ج- تاجر الجملة د- المنتج للسلع
- 34 من الأسباب التي تدعو إلى تكريس الوقت والمال على الخطط التسويقية:
- ا- تحديد أهداف المؤسسة ب- تقليل التكاليف
ج- زيادة الأرباح د- زيادة التكاليف
- 35 من أهم فوائد تصنيف الخدمات التكميلية الداعمة في مجموعات متجانسة:
- ا- تقديم خدمات مساعدة
ب- تقديم خدمات مكملية
ج- زيادة الطلب
د- مقارنة كل مجموعة خدمات تكميلية بتلك التي تقابلها لدى المنافسين
- 36 من المجالات المهمة ضمن بيئة المؤسسة الداخلية والتي تعد أساسية في برامج التسويق الداخلية:
- ا- المعلومات ب- إدارة التغيير
ج- بحوث السوق د- بناء الصورة العامة

37 واحدة من الجمل التالية صحيحة، أن هيمنة:

- ا- صفة الملموسية على السلع قد ينتج عنها مشاكل تسويقية أكثر مقارنة بالخدمات
ب- صفة اللاملموسية على الخدمات قد ينتج عنها مشاكل تسويقية أكثر مقارنة بتسويق السلع
ج- صفة الملموسية على الخدمات قد ينتج عنها مشاكل تسويقية أكثر مقارنة بالخدمات
د- صفة اللاملموسية على السلع قد ينتج عنها مشاكل تسويقية أكثر مقارنة بتسويق الخدمات

38 تبدأ عملية الشراء للخدمة بمرحلة:

- ا- تقييم البدائل المتاحة
ب- إدراك الحاجة
ج- توصيل الخدمة
د- البحث عن المعلومات

39 غالباً ما تكون الأسعار أكثر تنافسية حينما تكون الخدمات:

- ا- متجانسة
ب- غير متجانسة
ج- كبيرة
د- صغيرة

40 من فوائد استراتيجية الموقع المتعدد التوزيعية:

- ا- خدمة العملاء الحاليين
ب- استخدام أفضل للتسهيلات
ج- سرعة التوسع
د- رقابة الجودة

التسويق الإلكتروني

41 إن استخدام الإنترنت في دفع الضريبة المستحقة تقع ضمن :

- أ- C2C
ب- G2G
ج- B2G
د- G2C

42 آلية عمل الإنترنت هي توفير البيانات والمعلومات على الشبكة:

- أ- لموظفي الشركة فقط
ب- للأفراد من خارج الشركة فقط
ج- لأفراد من داخل و خارج الشركة
د- غير ذلك

43 يفضل أن لا يزيد عدد الارتباطات(links) للوصول إلى معلومة ما عن ارتباطات:

- أ- 3
ب- 4
ج- 5
د- 6

44 من الوسائل الإلكترونية التي تستخدمها المنظمة للمحافظة على الزبائن:

- أ- توفر قائمة الأسئلة المتكررة (FAQ)
ب- التواصل عبر البريد الإلكتروني
ج- غرف المحادثة
د- جميع ما ذكر

45 تتكون دورة التسويق الإلكتروني حسب نموذج (آرثر) من.....مراحل:

- أ- 3
ب- 4
ج- 5
د- 6

46 من وسائل جذب الزبائن لموقع المتجر الإلكتروني:

- أ- محركات البحث Search engines
ب- أشرطة الإعلانات Banner advertising
ج- البريد الإلكتروني
د- جميع ما ذكر

47 من عناصر البيئة العامة للتجارة الإلكترونية:

- أ- الموزعون
ب- الموردون
ج- المنافسون
د- العوامل السياسية

48 أهم عناصر المزيج التسويقي وجوهرها هو:

- أ- المنتج
ب- السعر
ج- التوزيع
د- الترويج

49 احدى العبارات التالية لا تعد من أسس تصنيف المتاجر الإلكترونية:

- أ- استخدام الطريقة المبسطة للأرقام
ب- استخدام الحروف الأبجدية
ج- استخدام المجموعات الرقمية
د- استخدام صور للمنتجات

50 من خصائص الخدمات التي تقدم إلكترونياً:

- أ- تكون الخدمات ملموسة
ب- يمكن تخزين الخدمات
ج- سهولة الحكم على مستوى جودة الخدمة قبل الشراء
د- عدم وجود نمطية ثابتة في تقديم الخدمة

51 من الأساليب الإلكترونية التي تستخدم لتعقب الزبون ومراقبة وتسجيل سجله الشرائي:

- أ- ملفات السكاكر Cookies
ب- ملفات Click out
ج- ملفات Go out
د- ملفات Speed out

52 من محددات تسعير المنتجات التي تسوق وتباع عبر الإنترنت:

- أ- الطلب Demand
ب- وجود اسم تجاري Trade Name لكل صنف
ج- التطوير و التحسين للمنتجات
د- جميع ما ذكر

53 أشهر موقع من مواقع مقارنات الأسعار (أدلة الأسعار) هو:

- أ- موقع Compare net
ب- موقع Price drops can
ج- موقع Bid compare net
د- موقع Bottom dinnar dollar

54 النظام الفرعي من نظام المعلومات التسويقية والذي يقوم بجمع البيانات من داخل المنظمة لتقييم الأداء التسويقي ، و معرفة الفرص و التهديدات التي تواجه الأنشطة التسويقية

- أ- معلومات السجلات التسويقية
ب- الاستخبارات التسويقية
ج- بحوث التسويق
د- ترويج التسويق

55 النظام الذي يستخدم مناهج البحث العلمي في معالجة المشكلات التسويقية هو:

أ- نظام الاستخبارات التسويقية

ب- نظام بحوث التسويق

ج- نظام ترويج التسويق

د- نظام معلومات السجلات الداخلية

56 تستخدم شبكة الإنترنت في أنظمة معلومات تسويق الأعمال الإلكترونية للقيام ب:

أ- الاتصال مع الموردين

ب- الاتصال بتجار الجملة

ج- الاتصال بالموزعين

د- الاتصال بين الموظفين والعملاء

57 من أشهر محركات البحث:

أ- Google

ب- Gogle

ج- Googl

د- Yaho

58 تسمى القيمة التي يدفعها المعن مقابل كل فعل (action) يحصل عند عرض إعلانه:

أ- Click stream

ب- Cost Per Action (CPA)

ج- Cost Per Thousand Impression (CPM)

د- Click through

59 من أشهر مواقع البريد الإلكتروني:

أ- Yaho

ب- Yahoo

ج- Hut mail

د- Ht mail

60 يقصد بمصطلح spam e-mail:

أ- صندوق الوارد

ب- صندوق الصادر

ج- البريد غير المرغوب فيه

د- ملحقات الرسالة

بحوث التسويق

61 من أنواع بحوث التسويق على أساس الغرض، البحث:

أ- المقطعي العرضي

ب- الزمني

ج- الدوري المطول

د- الوصفي

62 تعد واحدة من مصادر التحيز الشخصي في البحث:

أ- الحقائق الاتفاقية

ب- الملاحظة الدقيقة

ج- الحقائق التجريبية

د- الملاحظة غير الدقيقة

63 أسلوب البحث العلمي الذي يعتمد على التسلسل المنطقي في منهجية البحث، حيث يبدأ الباحث من البديهيات المسلم بها حتى يصل إلى استنتاجات معينة تؤدي إلى تكوين نظريات عامة محددة المعالم وقابلة للتطبيق هو الأسلوب:

أ- الاستقرائي

ب- العلمي

ج- الاستنباطي

د- الفني

64. من أنواع التحيز الذي يشكل مصدراً للخطر الذي يهدد الصدق الخارجي في البحث:

- ا- النضوج
ب- التحيز الناجم عن رد الفعل
ج- اختلاف أداة القياس
د- الاختبار السابق

65. يعتمد صدق العينة على:

- ا- نوعها
ب- الدقة في اختيارها
ج- حجمها
د- إطارها

66. في حالة الأسئلة المغلقة وخاصة ذات الاختيارات المتعددة، يستخدم المدخل التالي في تصنيف البيانات التسويقية:

- ا- الترميز المسبق
ب- الترميز الكلي
ج- الجدولة
د- الترميز الجزئي

*** استخدم القيم التالية للإجابة على الأسئلة (67) + (68):

التوزيع العمري لمفردات عينة الدراسة

العمر بالسنوات	الرقم
36	1
21	2
23	3
34	4
29	5
22	6

67. المتوسط الحسابي لأعمار مفردات العينة يساوي:

- ا- 21
ب- 27.5
ج- 165
د- 20

68. القيمة الوسيطة لأعمار مفردات العينة تساوي:

- ا- 29
ب- 23
ج- 26
د- 70

69. من أهم مقومات التقرير الجيد أنه يجب أن:

- ا- يكون طويلاً
ب- يصاغ بلغة واضحة وعملية
ج- يكون قصيراً
د- يحتوي ألفاظاً فنية

70. من النظم الفرعية التي يتكون منها نظام المعلومات التسويقية:

- ا- الانتظام والاستمرارية
ب- السجلات الداخلية للمؤسسة
ج- الموضوعية
د- التقارير المنشورة

71. إن الخطوة الأولى التي يجب على الباحث القيام بها وهو بصدد إجراء بحثه هي:

- ا- اختبار الفرضيات
ب- الملاحظة الشخصية وتحديد المشكلة
ج- تحليل النتائج
د- صياغة الفرضيات

72. إن المقياس الصحيح في البحث العلمي يجب أن تتوافر فيه خاصيتان أساسيتان هما الشمولية:
ا- الكلية والشمولية الجزئية
ب- الداخلية والشمولية الخارجية
ج- الجامعة والشمولية المانعة
د- الاسمية والشمولية الترتيبية
73. من مزايا المقابلات الهاتفية في جمع البيانات التسويقية :
ا- أن المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها تكون محددة
ب- أنها أقل تكلفة
ج- عدم التحيز
د- أنها أكثر مرونة من حيث الوقت
74. العينة التي يتم اختيارها بطريقة تعطي فيها لكل مفردة من مفردات المجتمع فرصة متساوية ومستقلة للظهور فيها ، هي العينة:
ا- الحصصية
ب- الملائمة
ج- العشوائية البسيطة
د- العرضية
75. من أقسام محتوى التقرير النهائي في البحث التسويقي:
ا- الفهرس
ب- الملاحق
ج- اسم الباحث
د- منهجية الدراسة
76. النشاط الذي يربط المستهلكين والجمهور والعملاء بصانع القرار التسويقي في المؤسسة هو:
ا- الترويج
ب- التوزيع
ج- بحوث التسويق
د- السجلات الداخلية
77. عندما تكون أهداف البحث والبيانات المطلوب جمعها غير واضحة يكون من المناسب القيام بالبحث:
ا- الاستكشافي
ب- الوصفي
ج- التفسيري
د- الاستنتاجي
78. نوع المقاييس في بحوث التسويق التي تنطوي عملية القياس باستخدامها على وجود وحدة قياس ثابتة في المقياس هي المقاييس:
ا- المدرجة
ب- الترتيبية
ج- الاسمية
د- النسبية
79. من الاعتبارات التي ينبغي على الباحث مراعاتها عند إعداد وصياغة أسئلة الاستبيان، أنه يجب:
ا- توزيع أسئلة الاستبيان بشكل متوازن
ب- أن تكون الأسئلة مطولة
ج- أن تكون الأسئلة مختصرة
د- تقسيم الأسئلة إلى أسئلة فرعية
80. من الاعتبارات التي يجب أن يأخذها الباحث في الحسبان ضمن سياق عملية المراجعة المبدئية للبيانات:
ا- الترميز
ب- التصنيف
ج- الجدولة
د- مدى وضوح البيانات

إدارة الجودة الشاملة

- 81 من العالم الذي ركز على أن المعيبات تساوي صفراً في إطار العمليات الإنتاجية:
- ا- كروسي
ب- جوران
ج- دايمنج
د- تاجوتشي
- 82 ما المرحلة التي تم فيها النظر للجودة من خلال دقة التصميم، دقة الأداء، دقة المطابقة؟ مرحلة:
- ا- إدارة الجودة الشاملة
ب- تكوين حلقات السيطرة النوعية
ج- تأكيد الجودة
د- مرحلة الفحص والتفتيش
- 83 ما الأدوات الإحصائية التي تعطي فكرة عامة حول مسار العمليات الإنتاجية والتشغيلية بشأن جودة المنتجات:
- ا- الهستوكرام، عظم السمكة، شكل السبب
ب- تحليل باريتو، مخططات العمليات
ج- خارطة التدفق، خرائط المراقبة الإحصائية
د- استمارة التدقيق، شكل الانتشار، عظم السمكة
- 84 أي مما يلي هي من الخرائط التي يتم استخدامها للسيطرة على المواصفات أو السمات غير القابلة للقياس كميًا:
- ا- خرائط السيطرة على الشوائب
ب- خرائط السيطرة التمييزية
ج- خرائط السيطرة للمتغيرات
د- عينات القبول
- 85 من العالم الذي أطلق عليه (أبو الجودة) The Father of Quality Control :
- ا- استيكادا
ب- كروسي
ج- ادوارد ديمنج
د- جوران
- 86 ما مكونات تكاليف الفشل الداخلي؟
- ا- تتضمن جميع التكاليف الناجمة عن عدم قدرة المنتج على تحقيق متطلبات المستهلكين قبل التسليم للمستهلك
ب- تتضمن التكاليف الناتجة عن عدم قدرة المنتج على الوفاء بمتطلبات الجودة بعد تسليم للمستهلك
ج- تتضمن جميع التكاليف الناجمة عن فشل العمليات التشغيلية في تحقيق سبيل المطابقة بين المنتج والمواصفات المحددة له
د- وهي تتمثل الجهود المبذولة للوقاية من الفشل (عدم المطابقة)
- 87 أي من التالية لا تعد من عمليات الإدارة الاستراتيجية؟
- ا- تحديد الرؤية والرسالة
ب- التفاعل مع المتغيرات البيئية
ج- صياغة الاستراتيجية
د- بناء الأهداف التنظيمية
- 88 ما الأنشطة المتحققة للقياسات الملاحظة من ضمن مقاييس الجودة الشاملة؟
- ا- المبيعات ، تكلفة المنتج او الخدمة ، معالجة الفاقد والخردة
ب- نتائج العمليات التشغيلية ، معدلات العيوب، استجابات العملاء
ج- الحوافز، فرق العمل، الاهتمامات البيئية، القدرات والأهلية المتوفرة من مهارات وقدرات بشرية
د- إنجاز التحسينات، تخفيض شكاوي المستهلكين

89 "اتخاذ السلعة شكلاً واحداً بحيث يمكن استخدام السلعة المنتجة في استخدامات متعددة" هو تعريف للمفهوم:

- ا- التوصيف
ب- التوحيد
ج- التتميط
د- الملاءمة للاستخدام

90 أي من التالية لا يعد من الأهداف الرئيسية للرقابة على الجودة؟

- ا- تقليل التكاليف الكلية
ب- تقليل شكاوي المستهلكين
ج- مدة ودرجة التنافس في الأسواق
د- الإسراع بتقديم الخدمات للمستهلكين

91 أي من الخرائط الإحصائية التالية يجب فيها القيام بإعداد مخطط الوسط الحسابي \times مخطط المدى R للرقابة على الجودة؟

- ا- خرائط المراقبة للمتغيرات
ب- خرائط السيطرة للعوامد
ج- خرائط السيطرة للشوائب
د- عينات القبول

92 ما العدد المناسب لتكوين فرق تحسين حلقات الجودة؟

- ا- (6 - 15)
ب- (6 - 12)
ج- (1 - 6)
د- (10 - 15)

93 أي من التالية هي من عوامل نجاح حلقات تحسين الجودة؟

- ا- تعيين مدرب يقوم بدعم وتنمية قدرات القادة المشرفين على حلقات تحسين الجودة
ب- دور المشرف على حلقة الجودة يعد غير كافٍ من الناحية العلمية
ج- اختيار بعض المشكلات ذات التعقيد الفني العالي
د- العمل وفق المقترحات المقدمة من قبل حلقات الجودة دون النظر إلى تفاصيل العمليات المقترنة بها.

94 ما الطريقة التي تتميز بالاهتمام الكبير بالجانب الشخصي لتقديمها مع انخفاض ملحوظ بالمستوى الإجرائي في تقديم الخدمة للعملاء؟ طريقة:

- ا- جودة وخدمة العميل
ب- المصنع للخدمة
ج- الخدمة البارزة
د- الحديقة الوردية للخدمة

95 من هو العميل الذي يتميز بأنه قليل الصبر، سريع الحركة، وسريع الانفعال؟

- ا- العميل المستقر على أمره
ب- العميل المتشكك
ج- العميل العصبي
د- العميل المعجب بنفسه

96 ما المستوى في تطبيق إدارة الجودة الشامل الذي تتسم المنظمات بنزعة معرفية واضحة بأساليب وأدوات إدارة الجودة الشاملة:

- ا- منفذو التحسينات
ب- مستخدمو الأدوات
ج- رابحو الجوائز
د- المترددون

97 أي من التالية لا يعد من معوقات تطبيق إدارة الجودة الشاملة:

- ا- نقص المهارات التدريبية في تطبيق الأنظمة الإحصائية
ب- الرغبة المتسارعة لمعرفة النتائج المتحققة لتطبيق نظام إدارة الجودة
ج- التأكد من جودة المدخلات المستخدمة في العمليات التشغيلية
د- عدم وفرة الموارد المالية

98 ما المواصفة ذات الرقم ISO 9003 التي تتضمن:

- ا- نموذج لتوكيد الجودة في عمليات الفحص والاختبار النهائي
ب- نموذج لتوكيد الجودة في عمليات التصميم والتطوير والانتاج
ج- نموذج لتوكيد الجودة في الإنتاج والتجهيز
د- نموذج لتوكيد الجودة في خصوص توفير التوجيهات والإرشادات اللازمة لإدارة الجودة
- 99 ما المرحلة التي يتم فيها تعريف نظم الجودة و الاهداف والسياسات و تشكيل فريق بتنفيذ متطلبات الايزو 9000 ، و تعريف مسؤوليات الجودة للحصول على شهادة الايزو:**

- ا- مرحلة التطبيق
ب- مرحلة المراجعة
ج- مرحلة التوجيه والتمهيد
د- مرحلة الاعداد

100 ما المواصفة التي تكون بمثابة مرشد لتنفيذ متطلبات نظام إدارة البيئة، المواصفة:

- ا- ISO 14001:1996
ب- ISO 14012:1996
ج- ISO 14020:1996
د- ISO 14004:1996

انتهت الاسئلة