

جامعة مصراته

خريف 2014/2015

الامتحان النهائي لمقرر / استراتيجية العمل والسوق [هـ ص ت 531]

تاريخ الامتحان: 18/03/2015

الاسم الطالب:
.....

كلية الهندسة
القسم: قسم الهندسة الصناعية و التصنيع
الزمن: 2.5 ساعة
أستاذ المقرر: د. فتحي اسماعيلي
رقم الطالب:

الإجابة في نفس الورقة

السؤال رقم 1: ضع العلامة / أمام الإجابة الصحيحة (10 درجات)

- أ. مجموع تكاليف التطوير و الإنتاج و إيراد المبيعات.
ب. طرح تكاليف التطوير و الإنتاج من إيراد المبيعات.
ت. ضرب تكاليف التطوير و الإنتاج و إيراد المبيعات.

السؤال رقم 2: الغرض من تخطيط المنتوج هو:

- أ. ضمان ان تقدم المنظمة أنواع المنتجات التي ستتشبع
طلب المدرك للزيون.
ب. تحقيق ميزة تنافسية.
ت. كل ما ذكر أعلاه.

السؤال رقم 3: يتم تقديم المنتوج إلى السوق:

- أ. لتلبية حاجة السوق حين ما يجهز في المنظمة.
ب. لتلبية حاجة السوق و في الوقت المناسب.
ت. لتلبية حاجة السوق في كل وقت.
ث. كل ما ذكر صحيح.

السؤال رقم 4: التصميم الأولى هي :

- أ. مرحلة من مراحل تطوير المنتج.
ب. من إستراتيجيات تقديم المنتج الجديد.
ت. من أسباب استمرارية التخطيط للمنتج الجديد.
ث. كل ما ذكر أعلاه.

السؤال رقم 5: التكامل :

- أ. من نتائج التسويق.
ب. من أسباب التسويق.
ت. من أهداف التسويق.
ث. من خصائص التسويق.

السؤال رقم 6: صافي الربح و الخسارة هو :

- أ. مجموع تكاليف التطوير و الإنتاج و إيراد المبيعات.
ب. طرح تكاليف التطوير و الإنتاج من إيراد المبيعات.
ت. ضرب تكاليف التطوير و الإنتاج و إيراد المبيعات.

السؤال رقم 7: الغرض من تخطيط المنتوج هو:

- أ. ضمان ان تقدم المنظمة أنواع المنتجات التي ستتشبع
طلب المدرك للزيون.
ب. تحقيق ميزة تنافسية.
ت. كل ما ذكر أعلاه.

السؤال رقم 8: يتم تقديم المنتوج إلى السوق:

- أ. لتلبية حاجة السوق حين ما يجهز في المنظمة.
ب. لتلبية حاجة السوق و في الوقت المناسب.
ت. لتلبية حاجة السوق في كل وقت.
ث. كل ما ذكر صحيح.

السؤال رقم 9: التصميم الأولى هي :

- أ. مرحلة من مراحل تطوير المنتج.
ب. من إستراتيجيات تقديم المنتج الجديد.
ت. من أسباب استمرارية التخطيط للمنتج الجديد.
ث. كل ما ذكر أعلاه.

السؤال رقم 10: التكامل :

- أ. من نتائج التسويق.
ب. من أسباب التسويق.
ت. من أهداف التسويق.
ث. من خصائص التسويق.

السؤال رقم 11: من خصائص التسويق انه :

- أ. نشاط هادف.
ب. نشاط معقد.
ت. نشاط إداري.
ث. كل ما ذكر أعلاه.

السؤال رقم 12: يتم تطوير المنتوج الجديد مع الأخذ بعين الاعتبار حاجات السوق و بنفس الوقت طبيعة العمليات الموجودة بالمنظمة يتم وفق:

- أ. استراتيجية قيادة التكنولوجيا.
ب. استراتيجية قيادة السوق.
ت. استراتيجية التفاعل المتبادل للوظائف.

السؤال رقم 13: تدخل المنافسة على المنتوج في:

- أ. مرحلة النمو.
ب. مرحلة النضج.
ت. مرحلة التدهور و الانسحاب.
ث. كل ما ذكر أعلاه.

السؤال رقم 14: التبسيط و التنميط هما من :

- أ. متطلبات التصميم الجيد.
ب. متطلبات الإنتاج الجيد.
ت. خصائص استراتيجية الدخول و الخروج.

السؤال رقم 15: اختلاف التوكيد التشغيلي هو من :

- أ. الآثار المهمة التي تترتب على دورة حياة المنتج.
ب. خصائص دورة حياة المنتج.
ت. سياسة دورة حياة المنتج.
ث. كل ما ذكر صحيح.

السؤال رقم 16: أكمل الفراغات التالية (10 درجات):

1. يعني تحديد الحاجات و الرغبات و الاهتمامات الخاصة بالأسواق المستهدفة و تقييم المستوى المرغوب

من الإنتاج بطريقة اكثر فاعلية و من المنافسين.

2. يشمل المنتوج او الخدمة الجديدة جميع الانشطة التي تعود الى تقديم منتجات او خدمات جديدة او تلك

التي تعود الى تقويم و المنتجات او الخدمات الحالية المراد التخلص منها.

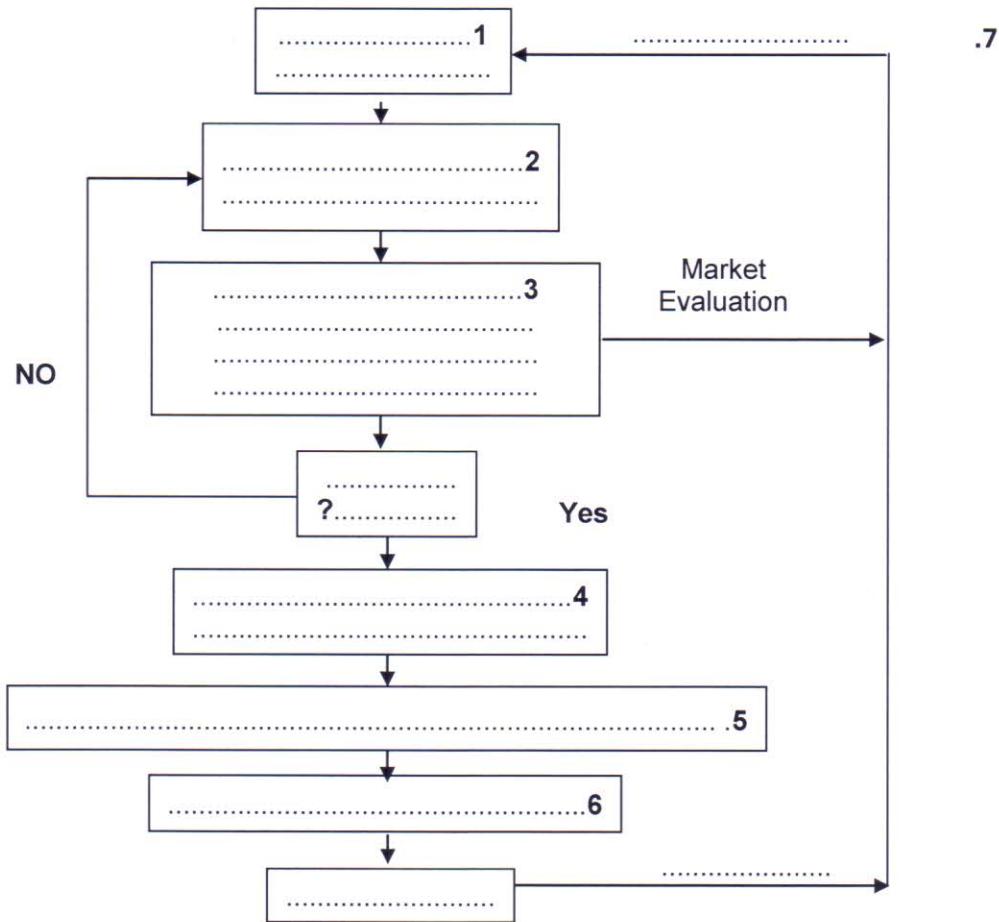
3. وفقا لاستراتيجية ينبغي ان تبيع المنظمة ما أي أن حاجات المستهلك هي الاساس

الذي يستندعليه تقديم فالتركيز هنا يعتمد على لتحديد المنتجات الجديدة وفقا لاحتاجات السوق.

4. من خلال مرحلة او الخدمة يتم لمنتجات او خدمات جديدة و من ثم وتحويلها الى تصاميم نهائية. وتعتبر التكاليف المتعلقة بالخطيط والتصميم والاختبار ونصب المعدات للإنتاج تكاليف

ثابتة ترد فيما بعد.

5. من خصائص استراتيجية هو أن المنظمة تقدم المنتج الجديد الى السوق لأول مرة وتبقى معه حتى انتهاء دورة حياته . ويتطلب من العمليات وجود نظام انتاج قادر على التحول من نظام انتاج لمنتجات متعددة الى نظام انتاج ينتج كميات كبيرة بكلفة اقل واطنة لمنتج ناضجي . أي القدرة على التحول من استراتيجية التميز بالمنتج الى استراتيجية الكلف المنخفضة.
6. ان التصميم الجيد لا يعني بالضرورة استخدام او الاكثر طرازا ، ان ما هو مطلوب استخدام التكنولوجيا الاكثر او انسجاما لتحقيق الغرض من المنتج بسهولة و وسعر ارخص و بما يوثق به كلما كان ذلك ممكنا.



السؤال رقم 3: أجب عن الاسئلة التالية (30 درجة)

1. أنكر الاعتبارات المهمة في تصميم المنتج الجديد .
-
.....
.....
.....
.....

2. ما هي المبادئ الأساسية في تصميم المنتجات لأجل الانتاج و كيف يمكن تحقيقها؟

٣. ماهي مقاييس جودة تصميم المنتج الجديد؟

٤. ماهي خصائص استراتيجيات الدخول والخروج ؟

٥. ماهي الاستراتيجيات الثلاث و ما هو الفرق بينها؟

السؤال رقم 4: هات المصطلح العلمي للأتي (10 درجات):

- | | |
|-------|--------------------------------|
| | 1. التفاعل المتبادل للوظائف. |
| | 2. تخطيط و تطوير المنتج. |
| | 3. التركيز على المنتوج. |
| | 4. تصميم معياري. |
| | 5. توليد الأفكار. |
| | 6. الطاقة الإنتاجية و المتانة. |
| | 7. دوام الإستمرار. |
| | 8. الأداء. |
| | 9. الامان عند الاستعمال. |
| | 10. إمكانية الصيانة. |