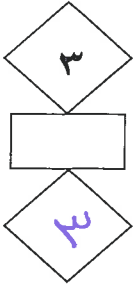




إدارة الامتحانات والاختبارات
قسم الامتحانات العامة



طلبة الدراسة الخاصة



امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢٠ / التكميلي

(وثيقة محمية/محدود)

س د
١ ٣٠

مدة الامتحان: ٣٠ / ١
اليوم والتاريخ: السبت ٢٠٢١/١/١٦
رقم الجلوس:

رقم المبحث: 309

المبحث: الإدارة والسلامة المهنية
الفرع: الاقتصاد المنزلي
اسم الطالب:

اختر رمز الإجابة الصحيحة في كل فقرة مما يأتي، ثم ظلّل بشكل غامق الدائرة التي تشير إلى رمز الإجابة في نموذج الإجابة (ورقة القارئ الضوئي) فهو النموذج المعتمد (فقط) لاحتساب علامتك، علماً بأن عدد الفقرات (٥٠)، وعدد الصفحات (٤).

١- لتحديد فكرة المشروع أو نشاطه يُمكن الحصول على بعض النشرات الإحصائية العامة الصادرة عن:

(أ) المؤسسات الداعمة للمشروعات الصغيرة (ب) قادة المجتمع المحلي

(ج) دائرة الإحصاءات العامة (د) أصحاب المشروعات المنافسة

٢- دورة الإنتاج هي المدة الزمنية الممتدة بين بدء استخدام الموارد أو عناصر الإنتاج في العملية الإنتاجية و:

(أ) بدء العمل (ب) تسويق السلعة (ج) ظهور السلعة أو الخدمة (د) ضبط جودة السلعة

٣- الدراسة التي تكشف مدى الحاجة إلى المنتج (سلعة أو خدمة) في السوق من خلال تعرّف العوامل المحيطة به هي:

(أ) الدراسة التسويقية (ب) الدراسة الفنية (ج) الدراسة المالية (د) دراسة الجدوى

٤- المجموعة المستهدفة بالمنتج، أو الأفراد الذين يعتقد صاحب المشروع أنهم سيشترون المنتج عند طرحه في السوق هم:

(أ) المنافسون (ب) العمال (ج) الزبائن (د) الموردون

٥- تهتم الدراسة الفنية بتحديد حاجات المشروع من:

(أ) رأس المال (ب) العمال (ج) المنافسين (د) الزبائن

٦- تعتمد الدراسة الفنية على جمع معلومات عن الموقع المناسب لإقامة المشروع وتتضمن:

(أ) كمية المواد الأولية (ب) وسائل النقل المتاحة والمرافق العامة

(ج) الموردين المحليين وعناوينهم (د) العمر الإنتاجي للألات والأدوات

٧- من الأمثلة على التكاليف الرأسمالية للمشروع:

(أ) رواتب العاملين (ب) تكلفة الكهرباء والماء (ج) إيجار المحل (د) الرسوم المدفوعة لتسجيل المشروع

٨- التكاليف التي يبدأ دفعها بعد إقامة المشروع وتشغيله، أي بعد بدء العمل وتُدفع بقيمة ثابتة تقريباً دون أن تتغير:

(أ) التكاليف الكلية (ب) التكاليف الثابتة (ج) التكاليف الرأسمالية (د) كلفة إنتاج الوحدة الواحدة

٩- صافي الأرباح أو الخسائر يساوي:

(أ) التكاليف الكلية - العائدات (ب) العائدات - التكاليف الكلية

(ج) التكاليف التشغيلية + التكاليف المتغيرة (د) التكاليف الثابتة + التكاليف المتغيرة

يتبع الصفحة الثانية

الصفحة الثانية

١٠- من ميزات المؤسسة الفردية:

- (أ) توزيع الأرباح على الشركاء
(ب) توزيع الخسارة على الشركاء
(ج) توافر إمكانات مالية وإدارية وتسويقية
(د) الحرية في اتخاذ القرار

١١- شركة التوصية البسيطة يملكها العديد من الشركاء الذين لا يتجاوز عددهم:

- (أ) ٥ (ب) ١٠ (ج) ١٥ (د) ٢٠

١٢- تُصدر بعض الأجهزة أصواتًا عالية في أثناء العمل، مما يستدعي أن يكون هناك فاصل عازل للصوت بين قسم:

- (أ) الإنتاج وقسم الإدارة
(ب) الإدارة وقسم التخزين
(ج) الإنتاج وقسم التخزين
(د) الإدارة وغرفة التصميم

١٣- عدد العمال اللازم لتشغيل المشروع يتحدد بكمية الإنتاج التي يسعى المشروع إلى بلوغها و:

- (أ) طرائق الاستقدام (ب) نوع الآلات والمعدات (ج) الجنسية (د) عدد المنافسين

١٤- من المقومات الشخصية لصاحب المشروع التي تُمكنه من أن يكون ابتكارياً في اختيار مشروعه فلا يكون مقلداً:

- (أ) اليقظة والانتباه (ب) الإدارة (ج) التفكير الإبداعي (د) المرونة

١٥- يجب الاستمرار في عمل الدراسات التسويقية لمتابعة التغيرات المتعلقة بـ:

- (أ) الموردين (ب) الموردین والمنافسين (ج) العملاء (د) المنافسين والمستهلكين

١٦- حتى يحقق المشروع أرباحاً لا بدّ من أن تكون تكاليفه:

- (أ) تساوي عائداته (ب) تساوي صفراً (ج) أكبر من عائداته (د) أقل من عائداته

١٧- المعيار الرئيس للتبادل التجاري داخل البلد وفي العالم هو:

- (أ) الجودة (ب) بطاقة البيان (ج) علامة الأيزو (د) السعر

١٨- إنتاج أكبر عدد من الوحدات وفقاً للمواصفات المطلوبة وتقليل عدد الوحدات المعيبة وعدد الشكاوي الواردة هو

مفهوم الجودة بالنسبة إلى:

- (أ) المستهلك (ب) المصمم (ج) مهندس الإنتاج (د) مفتش الجودة

١٩- فحص القماش والنظر إليه وتحديد أي عيوب موجودة فيه يُعد مثلاً على ضبط جودة:

- (أ) عمليات الإنتاج (ب) المواد الأولية (ج) فحص المنتجات واختبارها (د) ظروف التصنيع

٢٠- يبقى الهدف من إجراء عملية فحص المنتجات واختبارها محصوراً في:

- (أ) مراقبة ظروف التصنيع
(ب) تحديد قيمة العائدات والأرباح المتوقعة
(ج) ضبط جودة المواد الأولية
(د) البحث عن عيوب المنتج ومطابقته للمواصفات

٢١- المدة التي تُمنح بها شهادة علامة الجودة الأردنية:

- (أ) ثلاث سنوات (ب) أربع سنوات (ج) خمس سنوات (د) ست سنوات

٢٢- يُمكن تقسيم المواصفات الدولية (مجموعة الأيزو) إلى:

- (أ) فئتين رئيسيتين (ب) ثلاث فئات (ج) أربع فئات (د) خمس فئات

٢٣- مقر المنظمة العالمية للمقاييس (الأيزو):

- (أ) جنيف (ب) الأردن (ج) مصر (د) اليونان

٢٤- الأداة المهمة من أدوات نشر ثقافة العمل الحر والريادة، ويُنظر إليها بصفته إحدى الوسائل لخلق روح المبادرة

والتشغيل الذاتي هي:

- (أ) التسويق الإلكتروني (ب) قنوات التوزيع (ج) دراسة الجدوى (د) المشروعات الصغيرة

يتبع الصفحة الثالثة

الصفحة الثالثة

٢٥- من المؤسسات الأهلية الداعمة للمشروعات الصغيرة:

(أ) مؤسسة نور الحسين (ب) صناديق التنمية والتشغيل (ج) بنك الإنماء الصناعي (د) وزارة التنمية الاجتماعية
٢٦- الخطة التسويقية التي يعدها الشخص المسؤول عن التسويق تتضمن معلومات عن:

(أ) عدد المنافسين (ب) الموردين الحاليين (ج) مواسم البيع (د) أسعار المنافسين
٢٧- التسويق هو مجموعة أنشطة متكاملة مصممة لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات القادرة على:

(أ) تحسين جودة المنتج (ب) تقليل سعر المنتج (ج) إشباع رغبات المستهلكين (د) زيادة عدد الموردين
٢٨- يجب على الشخص المسؤول عن التسويق تعرّف معلومات كثيرة قبل البدء بوضع خطته التسويقية، وتُعد هذه المعلومات غاية في الأهمية للتسويق الفاعل كي:

(أ) يقوم بدوره حتى قبل بدء الإنتاج (ب) يقوم بدوره بعد بدء الإنتاج

(ج) يضمن ولاء الموردين (د) يجذب انتباه المنافسين للسلعة

٢٩- يُعد التسويق أمرًا مهمًا للمشروع حيث إنه يوجه الاستثمار نحو أكثر المشروعات أهمية بالنسبة إلى:

(أ) المنتج (ب) المورد (ج) المنافسين (د) المستهلك

٣٠- تظهر أهمية التسويق بالنسبة إلى المجتمع عن طريق:

(أ) تحقيق أهداف المشروع (ب) كسب التأييد والتعاطف مع المشروع

(ج) إنعاش التجارة الداخلية والخارجية (د) تقدير حجم الإنتاج الممكن بيعه

٣١- تحقيق الأهداف الاجتماعية للمشروع يعني:

(أ) زيادة حصة المشروع في الأسواق (ب) القدرة على المنافسة والبقاء

(ج) إشباع حاجات المنافسين (د) عدم هدر الموارد المتاحة بتقديم سلع ضارة

٣٢- تحقيق القدرة على المنافسة والبقاء في دنيا الأعمال:

(أ) لا يعد هدفًا في حد ذاته (ب) محاولة لاستغلال المواطن وخدمة المشروعات فقط

(ج) يتطلب اختيار مشروع تقليدي (د) يُعد المحصلة النهائية لتحقيق أهداف التسويق جميعها

٣٣- جوهر الأنشطة التسويقية هو:

(أ) توليد القناعة لدى المستهلك بشراء السلعة (ب) إعلام المستهلك بوجود السلعة

(ج) معرفة حاجات المستهلك ورغباته (د) تحديد المنافسين الحاليين

٣٤- من عناصر المزيج التسويقي، ويُعدّ قلب المزيج:

(أ) الترويج (ب) المكان (ج) المنتج (د) السعر

٣٥- يعني غرض المنتج ووظيفته:

(أ) عناصر المنتج وخصائصه (ب) الإضافات الداعمة للمنتج

(ج) قنوات توزيع المنتج (د) الدافع الرئيس وراء شراء المستهلك للمنتج

٣٦- تهدف العلامة التجارية إلى:

(أ) وصف المنتج وتحديد تاريخ إنتاجه (ب) معرفة هوية السلعة وتمييزها

(ج) ضمان أمان المنتج وسلامته (د) خفض تكلفة الإنتاج

٣٧- يتعين على صاحب المشروع دراسة السياسة التسعيرية دراسة متأنية بهدف الوصول إلى سعر:

(أ) مقبول لكل من المشروع والمستهلك (ب) مقبول بالنسبة إلى المشروع وليس المستهلك

(ج) مقبول بالنسبة إلى المستهلك وليس المشروع (د) يزيد على أسعار المنافسين

يتبع الصفحة الرابعة

الصفحة الرابعة

- ٣٨- أبسط أساليب التسعير وأكثرها شيوعاً هو التسعير على أساس:
- (أ) الطلب (ب) المنافسة (ج) الجودة (د) التكلفة
- ٣٩- الطريق الذي تسلكه السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي عبر مجموعة من الأجهزة التسويقية المتخصصة هو:
- (أ) الترويج (ب) الخدمات الإضافية (ج) التسويق (د) القناة التوزيعية
- ٤٠- الاتصال بالآخرين وتعريفهم أنواع السلع والخدمات التي بحوزة المنتج لإقناعهم بشرائها هو مفهوم:
- (أ) الترويج (ب) التسويق (ج) إدارة علاقات الزبائن (د) التوزيع
- ٤١- الفكرة أو المعلومة التي صيغت بلغة مفهومة وبصورة تتناسب مع إمكانيات المرسل وخصائص المستقبل تُعرف بـ:
- (أ) التشويش (ب) الرسالة (ج) التغذية الراجعة (د) الوسيلة
- ٤٢- عند اتصال صاحبة مخططة هاتفياً بالزبونة لإعلامها بموعد القياس، تُعد صاحبة المخططة:
- (أ) مرسلًا (ب) مستقبلًا (ج) وسيطًا (د) مستهلكًا
- ٤٣- من الآثار السلبية للتشويش في عملية الاتصال:
- (أ) زيادة فاعلية الاتصال (ب) تعطيل الاتصال (ج) توضيح الرسالة (د) إقناع المستقبل
- ٤٤- رد فعل المستقبل أو استجابته للرسالة التي تلقاها من المرسل هو مفهوم:
- (أ) الرسالة (ب) قناة الاتصال (ج) التغذية الراجعة (د) التشويش
- ٤٥- تقوم إدارة علاقات الزبائن عادة على أساس التفاعل المستمر و:
- (أ) كسب ثقة المنافسين (ب) تبادل المعلومات (ج) تقليص المبيعات (د) استغلال المواطن
- ٤٦- تتضمن عملية استقطاب الزبون الجديد مراحل عدّة، منها:
- (أ) بناء قاعدة بيانات الزبائن (ب) المحافظة على الزبائن (ج) بناء قاعدة بيانات المنافسين (د) إدارة علاقات الزبائن
- ٤٧- من أهداف إدارة علاقات الزبائن:
- (أ) مجادلة الزبون حول السعر (ب) المرونة في عرض البيانات (ج) التوسع في العلاقة مع الزبائن (د) عمل دراسة جدوى
- ٤٨- من مزايا التسويق الإلكتروني:
- (أ) دخول أسواق جديدة بسهولة (ب) تقليص عدد المستخدمين (ج) زيادة وقت إتمام المعاملات (د) تحديد العلاقة بين البائع والمشتري
- ٤٩- استخدام (الكتالوجات) وكتيبات الدعاية الإلكترونية يُسهم في:
- (أ) زيادة ميزانية التسويق (ب) خفض ميزانية التسويق (ج) تحديد طبيعة الزبائن (د) قياس نسبة المنافسين
- ٥٠- قياس نسبة الانتشار في السوق الإلكترونية يُقصد بها احتواء الموقع على وسيلة يمكن بها:
- (أ) تحديد طبيعة الزوار المحتملين (ب) جذب انتباه الزبون (ج) إيصال المنتج إلى المستهلك (د) قياس نسبة مستخدمي الموقع على الشبكة

﴿ انتهت الأسئلة ﴾