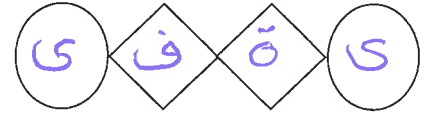


الطلبة النظاميون  
لعام ٢٠٢٠/٢٠١٩



إدارة الامتحانات والاختبارات  
قسم الامتحانات العامة

## امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢٠ / التكميلي

(وثيقة محمية/محدود)

مدة الامتحان: ٣٠ د

اليوم والتاريخ: السبت ٢٠٢١/١/١٦  
رقم الجلوس:

رقم المبحث: 308

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- من العوامل التي اعتمدت عليها الدول والمؤسسات الداعمة للمشروعات الصغيرة عند تعريف المشروع:

- (أ) نشاط المشروع (ب) الموقع (ج) إجراءات التسجيل (د) دورة الإنتاج  
٢- أولى خطوات دورة حياة المشروع:

- (أ) إنشاء المشروع (ب) دراسة الجدوى (ج) تحديد نشاط المشروع (د) التشغيل

٣- مجموعة الأفراد أو المؤسسات التي تتوفر لديها رغبة في الشراء من المشروع وقدرة على اتخاذ القرار ودفع ثمن السلعة أو الخدمة تُعرف بـ:

- (أ) الزبائن (ب) المنافسين (ج) المجموعة المستهدفة (د) الموردين

٤- المدة الزمنية الممتدة بين بدء استخدام الموارد أو عناصر الإنتاج في العملية الإنتاجية وظهور السلعة أو الخدمة تُعرف بدورة:

- (أ) الإنتاج (ب) التأسيس (ج) العمل (د) حياة المشروع

٥- استقصاء الحاجة إلى نشاط المشروع يعني مدى إمكانية إقامة المشروع من الناحية:

- (أ) المالية (ب) الفنية (ج) التسويقية (د) التنفيذية

٦- الصفة التي يجب أن تتوفر في صاحب المشروع ليتمكن من النجاح:

- (أ) عدم التروّي (ب) عدم الاستعجال (ج) الانحياز الدائم لأفكاره (د) إهمال التفاصيل

٧- تُعد الدراسة التسويقية البداية المناسبة لدراسة الجدوى لأنها تُساعد على:

- (أ) إجراء الدراسات الأخرى (ب) تلبية حاجات المنافسين

(ج) تحديد حاجات المشروع من المواد (د) تحديد الشكل القانوني للمشروع

٨- الاسم التجاري هو اسم يختاره المنتج لسلعته كي يميزها عن غيرها، وقد يكون هذا الاسم هو اسم:

- (أ) مشروع منافس (ب) صاحب المشروع (ج) يتسم بالتعقيد (د) يصعب حفظه

٩- من عناصر الدراسة الفنية:

- (أ) الزبائن (ب) المنافسون (ج) العائدات (د) الموقع

١٠- الأموال والمواد والأدوات اللازمة لإنشاء نشاط اقتصادي (مشروع) يُقصد به:

- (أ) التكاليف (ب) العائدات (ج) الربح (د) رأس المال

١١- الأموال التي يجنيها المشروع من بيع إنتاجه من السلع هي:

- (أ) نقطة التعادل (ب) التكاليف الرأسمالية (ج) العائدات (د) التدفقات النقدية

يتبع الصفحة الثانية ....

## الصفحة الثانية

١٢- تمثل الكمية المباعة من المنتج أو سعره الذي لا يُحقق به المشروع ربحاً أو خسارة:

- (أ) السعر (ب) التدفقات النقدية (ج) العائدات (د) نقطة التعادل
- ١٣- الفوائد هي مبالغ إضافية:

- (أ) يدفعها الشركاء عند خسارة المشروع (ب) تتوزع على الشركاء عند تحقيق أرباح  
(ج) يأخذها المشروع من البنك نهاية العام (د) يأخذها البنك من المشروع نظير إعطائه القرض
- ١٤- الشكل القانوني للمشروع هو شكل ملكية المشروع الذي سيُعرف به رسمياً من:

- (أ) مؤسسة المواصفات والمقاييس (ب) وزارة الصناعة والتجارة  
(ج) أمانة عمان (د) الجهات الداعمة للمشروع

١٥- من عيوب شركة التوصية البسيطة:

- (أ) ضعف إمكانات المالك (ب) حدوث منافسة على الإدارة  
(ج) تتيح للشركاء استثمار أموالهم في الشركة (د) توزيع الخسارة على الشركاء

١٦- شركة التضامن يملكها العديد من الشركاء الذين يتراوح عددهم بين:

- (أ) (٥-٢) (ب) (١٠-٢) (ج) (١٥-٢) (د) (٢٠-٢)

١٧- يقوم صاحب المشروع بعمل السجل الضريبي للمشروع لـ:

- (أ) تحديد مكان المشروع (ب) تحديد نشاط المشروع  
(ج) الحصول على شهادة تسجيل تاجر (د) يصبح المشروع جاهزاً من الناحية القانونية

١٨- يتم تحديد عدد العمال اللازم لتشغيل المشروع بحسب:

- (أ) طرائق الاستقدام (ب) كمية الإنتاج (ج) التصنيف (د) المهارات

١٩- يُعد نمط الاستهلاك مزيجاً من:

- (أ) العلامة التجارية والسعر (ب) الجودة والعلامة التجارية  
(ج) الجودة والسعر والكمية (د) السعر والكمية والعلامة التجارية

٢٠- من المقومات الشخصية لصاحب المشروع التي تُمكنه من متابعة التغيرات في الأسعار وقوانين العمل والضريبة لإجراء التعديلات على سلعته وضمان الاستمرار في السوق:

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

٢١- الإقراط في تقدير التكاليف الرأسمالية والتشغيلية للمشروع يزيد من:

- (أ) المبيعات (ب) الإنتاج (ج) الفوائد (د) السعر النهائي للسلعة

٢٢- يعتمد المشروع في مراحله الأولى لتوفير حاجاته على:

- (أ) رأس المال (ب) الأرباح (ج) التدفقات النقدية (د) التكاليف التشغيلية

٢٣- حتى يُحقق المشروع أرباحاً لا بدّ من أن تكون:

- (أ) عائداته أقل من تكاليفه (ب) تكاليفه مساوية عائداته  
(ج) مصروفاته أعلى من إيراداته (د) تكاليفه أقل من عائداته

٢٤- (الوصول إلى المواصفات الفنية التي تُمكنه من تصنيع المنتج على نحو يؤدي معه الغرض المرجو منه بأقل تكلفة ممكنة) المفهوم الذي تحدثت عنه العبارة السابقة هو مفهوم الجودة بالنسبة إلى:

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

يتبع الصفحة الثالثة ....

## الصفحة الثالثة

٢٥- ضبط الجودة عملية مستمرة تبدأ مع بداية الإنتاج، وتنتهي عند:

(أ) المستهلك (ب) المنتج (ج) المواصفات والمقاييس (د) المنافسين

٢٦- من الفوائد التي تترتب على ضبط جودة المنتجات:

(أ) حسن استثمار الموارد (ب) زيادة الفاقد والمرتجع  
(ج) انخفاض حجم المبيعات (د) خفض الكفاءة الإنتاجية

٢٧- المرحلة الأولى من مراحل تطبيق ضبط الجودة هي ضبط جودة:

(أ) المواد الأولية (ب) السوق (ج) فحص المنتجات (د) عمليات الإنتاج

٢٨- يتم الفحص الحسي للمنتجات واختبارها عن طريق:

(أ) أدوات القياس (ب) النظر والشم واللمس (ج) الفحوصات الفيزيائية (د) الفحوصات الكيميائية

٢٩- أهمية شهادة المطابقة وعلامة الجودة بالنسبة إلى المستهلك هي:

(أ) حمايته من الغش والاستغلال (ب) بناء سمعة جيدة (ج) زيادة قيمة المنتج (د) تقليل كلفة الإنتاج

٣٠- المحافظة على ديمومة جودة المنتج من فوائد تطبيق نظام الجودة الخاص بـ :

(أ) المستهلك (ب) البيع (ج) الإنتاج (د) المنتج

٣١- العام الذي أصدرت فيه الهيئة الدولية للمواصفات مجموعة شهادات الأيزو ٩٠٠٠:

(أ) ١٩٧٠ (ب) ١٩٨٧ (ج) ١٩٩٠ (د) ٢٠٠٢

٣٢- العام الذي صدرت فيه جائزة الملك عبدالله الثاني للعمل الحر والريادة:

(أ) ٢٠٠٤ (ب) ٢٠٠٦ (ج) ٢٠٠٨ (د) ٢٠١٠

٣٣- من المؤسسات الداعمة الحكومية للمشروعات الصغيرة:

(أ) مؤسسة نور الحسين (ب) صندوق إقراض المرأة

(ج) بنك الإنماء الصناعي (د) الصندوق الأردني الهاشمي

٣٤- يُعدّ التسويق أحد الأنشطة الأساسية للمشروعات، التي مرّت بمراحل ارتبطت بتقدّم الإنسان الفكري ونتاجه في:

(أ) تطبيقات العلوم وخاصة التكنولوجيا (ب) التطبيقات الإنسانية

(ج) التطبيقات الاجتماعية (د) التطبيقات التربوية

٣٥- التسويق هو مجموعة أنشطة متكاملة مصممة لـ:

(أ) تخطيط وتسعير السلع والخدمات

(ب) تسعير وترويج السلع والخدمات

(ج) تخطيط وتسعير وتوزيع السلع

(د) تخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات

٣٦- تَطَوَّرَ مفهوم التسويق مع تقدّم الزمن ليصبح:

(أ) البيع ومهاراته فقط

(ب) الوسيلة الفاعلة لنمو المشروع وتوسعه

(ج) استغلال المواطن

(د) خدمة المؤسسات والمشروعات فقط

٣٧- الخطة التسويقية التي يعدها الشخص المسؤول عن التسويق تتضمن معلومات عن:

(أ) حاجات المنافسين (ب) أدواق الموردين (ج) مواسم البيع (د) توافر الوظائف

يتبع الصفحة الرابعة ....

### الصفحة الرابعة

- ٣٨- تظهر أهمية التسويق بالنسبة إلى المستهلك عن طريق:
- (أ) توفير النشاط التسويقي  
(ب) تقدير حجم الإنتاج  
(ج) كسب التأييد والتعاطف  
(د) مساعدته على إشباع حاجاته الحالية والمستقبلية
- ٣٩- تظهر أهمية التسويق بالنسبة إلى المجتمع في:
- (أ) تحقيق أهداف المشروع  
(ب) رفع المستوى المعيشي للأفراد  
(ج) كسب التأييد والتعاطف مع المشروع  
(د) الإسهام في نجاح المشروع وبقائه
- ٤٠- من فوائد وأهمية التسويق بالنسبة إلى المشروع:
- (أ) لا يسبق الإنتاج  
(ب) توفير عددًا كبيرًا من الوظائف  
(ج) يُعنى بتحقيق أهداف المشروع  
(د) يكسب التأييد والتعاطف مع المستهلك
- ٤١- يُسهّم التسويق الفاعل في تحريك العجلة الاقتصادية للمجتمع عن طريق:
- (أ) تقدير حجم الإنتاج الممكن بيعه  
(ب) المبالغة في البيع بالأجل  
(ج) إنعاش التجارة الداخلية والخارجية  
(د) انخفاض المستوى المعيشي للأفراد
- ٤٢- المحصلة النهائية لأهداف التسويق جميعها هي تحقيق:
- (أ) أقصى ربح ممكن  
(ب) الأهداف الاجتماعية  
(ج) التقدم والنمو  
(د) القدرة على المنافسة والبقاء في دنيا الأعمال
- ٤٣- من أهداف التسويق تحقيق التقدم والنمو، وهذا يعني:
- (أ) مراعاة أخلاقيات المجتمع وقيمه وصحته  
(ب) هدر الموارد المتاحة بتقديم سلع ضارة  
(ج) كسب التأييد والتعاطف مع المشروع  
(د) تحقيق زيادة مضطردة في المبيعات ومن ثم الأرباح
- ٤٤- أولى مهمات النشاط التسويقي:
- (أ) معرفة حاجة المستهلك  
(ب) تحديد المنافسين  
(ج) إعلام المستهلك بوجود السلعة  
(د) إقناع المستهلك بأهمية السلعة
- ٤٥- عدد عناصر المزيج التسويقي:
- (أ) ثلاثة  
(ب) أربعة  
(ج) ستة  
(د) سبعة
- ٤٦- الجوانب الملموسة في المنتج تعني:
- (أ) سعر المنتج  
(ب) عناصر المنتج وخصائصه  
(ج) الإضافات الداعمة  
(د) قنوات توزيع
- ٤٧- من عناصر المنتج:
- (أ) الإعلان  
(ب) الدعاية والنشر  
(ج) التغليف  
(د) السعر
- ٤٨- أبسط أساليب التسعير وأكثرها شيوعًا التسعير على أساس:
- (أ) التكلفة  
(ب) الطلب  
(ج) المنافسة  
(د) الكمية
- ٤٩- الشخص الذي يهتم بالبحث عن المستهلك والتفاوض معه لصالح المنتج دون انتقال ملكية المنتج إليه هو:
- (أ) الوكيل  
(ب) صاحب المشروع  
(ج) تاجر التجزئة  
(د) مدير علاقات الزبائن
- ٥٠- من عناصر المزيج الترويجي:
- (أ) التصميم  
(ب) البطاقة التعريفية  
(ج) الجودة  
(د) العلاقات العامة

﴿ انتهت الأسئلة ﴾