



امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢ التكميلي

(وثيقة محمية/محدود)

د س
٣٠ ١

مدة الامتحان: ٣٠

اليوم والتاريخ: السبت ٢٠٢٢/١/١٥
رقم الجلوس:

رقم المبحث: 322

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 أن عدد الفقرات (٥٠)، وعدد الصفحات (٤).
١- المفهوم الذي تُشير إليه المدة الزمنية الممتدة بين بدء استخدام الموارد أو عناصر الإنتاج في العملية الإنتاجية وظهور السلعة أو الخدمة هو:

(ب) دورة حياة المشروع

(أ) دراسة الجدوى

(د) مرحلة التأسيس

(ج) دورة الإنتاج

٢- الدراسة التي تُعدّ البداية المناسبة لدراسة الجدوى، وتُساعد على إجراء الدراسات الأخرى هي:

(د) التسعيرية

(ج) المالية

(ب) الفنية

(أ) التسويقية

٣- تعتمد الدراسة الفنية على جمع معلومات عن المادة الخام، والتي تشمل:

(ب) وسائل النقل المتاحة

(د) العمر الإنتاجي للآلات

(أ) عدد العمال ومهاراتهم

(ج) الصنف والكمية

٤- عدد عناصر الدراسة الفنية للمشروع:

(د) ثمانية

(ج) ستة

(ب) أربعة

(أ) اثنان

٥- من الأمثلة على التكاليف الرأسمالية للمشروع:

(ب) رواتب العاملين

(د) الأرض والمبنى

(أ) تكلفة الكهرباء

(ج) إيجار المحل

٦- المفهوم الذي يُشير إلى مجموع التكاليف التشغيلية الثابتة والمتغيرة، اللازمة لحساب تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من السلعة أو الخدمة تمهيداً لتحديد سعرها هو:

(د) العوائد

(ج) التكاليف الرأسمالية

(ب) التكاليف الثابتة

(أ) التكاليف الكلية

٧- تُمثل نقطة التعادل الحد الذي يجب أن يتخطاه المشروع ليُحقّق أرباحاً ومكاسب، وعند نقطة التعادل تكون:

(ب) التكاليف الكلية = العائدات الكلية

(د) التكاليف الثابتة = التكاليف المتغيرة

(أ) التكاليف الكلية أكبر من العائدات

(ج) التكاليف الكلية أقل من العائدات

٨- من مميزات المؤسسة الفردية:

(ب) توزيع الخسارة على الشركاء

(د) سهولة إجراءات تسجيلها

(أ) توزيع الأرباح على الشركاء

(ج) حدوث منافسة على الإدارة

الصفحة الثانية

٩- امتداد خسائر المشروع أحياناً لتصل الأموال الخاصة ببعض الشركاء (مسؤولية غير محدودة) من عيوب:

(أ) جميع الأشكال القانونية للمشروعات

(ب) المؤسسة الفردية

(د) المؤسسات العامة

١٠- القسم الذي يجب أن يفصل عن قسم الإنتاج بعازل للصوت للتقليل من صوت الأجهزة في أثناء عملها:

(أ) الإدارة

(ب) التخزين

(ج) شؤون الموظفين

(د) التصميم

١١- الأمر الذي يعتمد عليه عند تحديد عدد العمال اللازم لتشغيل المشروع:

(أ) طرائق استخدام العمالة

(ب) كمية الإنتاج ونوع الآلات

(د) عدد المنافسين وإمكانياتهم

(ج) جنسية العمال

١٢- من المقومات الشخصية لصاحب المشروع التي تمكنه من أن يتكيف مع الظروف المحيطة به قدر ما يستطيع دون الإخلال بهدفه ومعالجة المشاكل والتقليل من آثارها إلى الحد الأدنى:

(أ) اليقظة والانتباه

(ب) الإدارة

(ج) التفكير الإبداعي

(د) المرونة والقدرة على التكيف

١٣- الإجراء المتبع لتحريك عجلة المبيعات في المشروعات:

(أ) تقليل جودة المنتج

(ب) نقصان المعروض من المنتج

(ج) رفع سعر المنتج

(د) بيع الزبائن بالأجل

١٤- حتى يحقق المشروع أرباحاً لا بد من أن تكون:

(أ) تكاليفه أكبر من عائداته

(ب) تكاليفه = عائداته

(ج) أرباحه = رأس المال

(د) تكاليفه أقل من عائداته

١٥- من الفوائد التي تترتب على ضبط جودة المنتجات:

(أ) تلبية رغبات الزبائن

(ب) خفض الكفاءة الإنتاجية

(د) زيادة الفاقد

١٦- تعدد عملية إنتاج المراكب المدرسية في أحد مصانع إنتاج الملابس الجاهزة مثلاً جيداً على مرحلة ضبط جودة:

(أ) عمليات الإنتاج

(ب) المواد الأولية

(ج) المنتجات واختبارها

(د) ظروف التسويق

١٧- تُمنح لمدة ثلاث سنوات، وتعني أن المنتج الحاصل عليها يكون ذا جودة عالية:

(أ) علامة الجودة الأردنية

(ب) شهادة المطابقة

(ج) علامة الأيزو

(د) العلامة التجارية

١٨- من المؤسسات الداعمة الحكومية للمشروعات الصغيرة:

(أ) مؤسسة نور الحسين

(ب) صناديق التنمية والتشغيل

(ج) الصندوق الأردني الهاشمي

(د) صندوق إقراض المرأة

١٩- من أسباب تطور مفهوم التسويق ليصبح الوسيلة الفاعلة التي يمكن للمشروع الاعتماد عليها في نموه هو:

(أ) انخفاض الإنتاج وتحسن النوعية

(ب) انخفاض النوعية والمنافسة

(ج) زيادة الإنتاج وتحسن النوعية والمنافسة

(د) زيادة المنافسة وانخفاض النوعية

٢٠- المفهوم الذي يشير إلى مجموعة أنشطة متكاملة مصممة لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات القادرة

على إشباع رغبات المستهلكين هو:

(أ) الترويج

(ب) دراسة الجدوى

(ج) التسويق

(د) الدعاية والنشر

الصفحة الثالثة

- ٢١- الفئة التي تُعدُّ حاجاتها هي المسؤولة عن تحديد مواصفات السلع:
 (أ) المُستهلكون (ب) الموردون (ج) المُنتجون (د) المنافسون
- ٢٢- استخدام الموارد المُتاحة للمُجتمع وعدم هدرها بتقديم سلع ضارة ولا تتفق مع أخلاقيّاته وقيمه من أجل الأرباح هو المقصود بتحقيق:
 (أ) التقدّم والنمو للمشروع (ب) أقصى ربح مُمكن للمشروع (ج) القدرة على المنافسة (د) الأهداف الاجتماعيّة للتسويق
- ٢٣- المُحصلة النهائيّة لتحقيق أهداف التسويق جميعها هو تحقيق:
 (أ) رغبات المُستهلكين وإشباع حاجاتهم (ب) زيادة حصّة المشروع في الأسواق (ج) القدرة على المنافسة والبقاء في نُبيا الأعمال (د) زيادة مُضطردة في المبيعات
- ٢٤- يُمثّل المُنتج أحد العناصر الأربعة في المزيج التسويقي، ويُعدّ:
 (أ) أداة للحصول على مزايا تنافسيّة (ب) طريقة فاعلة لتنشيط المبيعات (ج) قلب المزيج التسويقي (د) وسيلة لتحديد طبيعة الزبائن
- ٢٥- يتعيّن على صاحب المشروع التفكير في أبعاد المُنتج، وعددها:
 (أ) ستة (ب) خمسة (ج) أربعة (د) ثلاثة
- ٢٦- أداة التعريف بالمُنتج أو العلامة، وتحتوي وصفاً للمُنتج ومصدره وتاريخ إنتاجه ومكوناته وطريقة استعماله هي:
 (أ) شهادة المُطابقة (ب) البطاقة التعريفية (ج) علامة الأيزو (د) العلامة التجاريّة
- ٢٧- الغلاف الذي يُلقى جانباً عند استعمال المُنتج هو:
 (أ) الثانوي (ب) الأوسط (ج) الأولي (د) الداخلي
- ٢٨- القانون الذي يُحدّد السعر على أساس التكلفة، هو:
 (أ) السعر = التكاليف الكليّة + هامش الربح (ب) السعر = التكاليف الكليّة - هامش الربح (ج) السعر = تكاليف الوحدة الواحدة - هامش الربح (د) السعر = تكاليف الوحدة الواحدة + هامش الربح
- ٢٩- التاجر هو وسيط بين المُنتج والمُستهلك، ويتلخّص عمله في:
 (أ) التفاوض مع المُستهلك دون بيع المُنتج (ب) تسهيل عمليّة تسعير المُنتج (ج) البحث عن المُستهلك دون التفاوض معه (د) شراء المُنتج وإعادة بيعه مرة أخرى
- ٣٠- المفهوم الذي يُشير إلى النشاط الذي يُعنى بتتبع العلاقات الوثيقة بين المشروع وأفراد المُجتمع وجمع المعلومات الدوريّة عن حاجاتهم فضلاً عن إعطاء انطباع جيّد عن المشروع ومنتجاته هو:
 (أ) الترويج (ب) التسويق (ج) العلاقات العامة (د) التوزيع
- ٣١- المفهوم الذي تُشير إليه عمليّة تبادل المعلومات والأفكار بين الأفراد بصورة تُحقّق الأهداف المنشودة هو:
 (أ) الرسالة (ب) الاتصال (ج) التغذية الراجعة (د) الوسيلة
- ٣٢- عند اتصال صاحبة مخططة هاتفياً بالزبونة لإعلامها بموعد القياس، تُعدّ الزبونة:
 (أ) مُرسلاً (ب) مُستقبلاً (ج) وسيطاً (د) مُنافساً
- ٣٣- الفكرة أو المعلومة التي صيغت بلغة مفهومة وبصورة تتناسب مع إمكانيات المُرسِل وخصائص المُستقبِل تُمثّل:
 (أ) الترويج (ب) الرسالة (ج) الوسيلة (د) التشويش
- يتبع الصفحة الرابعة

الصفحة الرابعة

٣٤- تُبين عملية التغذية الراجعة مدى تأثير التشويش في فاعلية:

(أ) أبعاد المنتج (ب) العلامة التجارية (ج) عملية الاتصال (د) البيئة الخارجية

٣٥- يظهر ازدياد اهتمام أصحاب المشروعات بإدارة علاقات الزبائن، من خلال:

(أ) الحدّ من استخدام النظم الإلكترونيّة

(ج) تقليص خيارات قنوات توزيع المنتج

٣٦- المَرحلة الأولى من عملية استقطاب الزبون الجديد:

أ) بناء قاعدة بيانات الزبائن

(ج) بناء قاعدة بيانات المنافسين

(د) الاتصال الأولي بالمُستهلك

من العلاقة أطول مُدَّة مُمكنة:

(ب) تقليل حجم مشتريات الزبون

(د) ضمان ولاء الزبون للمشروع

(أ) استقطاب مُستهلكين جُدُد

ج) تحديد طبيعة المنافسين

٣٨- توظيف إمكانيات شبكة الإنترنت وشبكات الاتصال المختلفة والوسائط المتعددة في تحقيق الأهداف التسويقية، هو مفهوم:

مفهوم:

(أ) التوزيع

(ب) الترويج

(ج) التسويق الإلكتروني (د) تنشيط المبيعات

٣٩- من مزايا التسويق الإلكتروني:

(أ) دخول أسواق جديدة بصعوبة

ج) قلة الحصول على تغذية راجعة

(ب) توسيع قاعدة العملاء

د) زيادة وقت إتمام المعاملات

٤٠- الإجراء المُتبَّع لضمان ظهور موقع المشروع على شبكة الإنترنت في نتائج البحث باستخدام المحركات المختلفة:

(أ) تقديم خدمات إضافية داعمة للمنتج

(ج) عمل كتالوجات ورقية مُلوّنة

(ب) قياس نسبة الانتشار في السوق

(د) إضافة كلمات مُعبّرة عن أنشطة الموقع ومنتجاته

• ضع إشارة (✓) أمام العبارة الصحيحة، وإشارة (x) أمام العبارة الخطأ، ثم ظلّل بشكل غامق الدائرة التي تشير

إلى رمز الإجابة في نموذج الإجابة (الدائرة ذات الرمز (أ) للتعبير عن الصواب والدائرة (ب) للتعبير عن الخطأ):

٤١- () المشروعات الصغيرة تحسّن أداء السوق وتدفعه نحو المنافسة.

٤٢- () بعد حصول المشروع على شهادة تسجيل التاجر يُصبح جاهزاً للعمل من الناحية القانونية.

٤٣- () المبالغة في تقدير التكاليف الرأسمالية والتشغيلية يُقَال من السعر النهائي للسلعة.

٤٤- () تُعدُّ عمليَّةُ تسجيلِ المنتجاتِ بعدِ فحصها واختبارها جزءًا من نظامِ ضبطِ جودةِ المنتجاتِ.

٤٥- () شهادة المطابقة تُمنَح لكلِّ إرساليَّة من المنتجات المَنوي تصديرها.

٤٦- () حصول المنشأة على شهادة الجودة العالمية يعني الكمال.

٤٧- () المشروعات الصغيرة أداة مهمة من أدوات نشر ثقافة العمل الحر والريادة.

٤٨ - () العيّنات المجانيّة التي يُقدّمها المشروع تهدف إلى إثارة الطلاب على السلع على المدى القصير.

٤٩- () تكلفة المحافظة على مُستهلك من عملاء المشروع، أقلّ من تكلفة استقطاب عميل جديد.

٥٠- () اتصال المشروع بالمستهلكين عبر البريد الإلكتروني أحد أهم أساليب التسويق الناجح.

﴿ انتهت الأسئلة ﴾