



المنهاج القديم



إدارة الامتحانات والاختبارات
قسم الامتحانات العامة

امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢٦

(وثيقة محمية/محمود)

د : س

مدة الامتحان: ٣٠ : ١

اليوم والتاريخ: الثلاثاء ٢٠٢٦/٧/١٤
رقم الجلوس:

رقم المبحث: 325

رقم النموذج: (١)

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- من أبرز العوامل التي اعتمدتها الدّول في تعريف المشروع الصغير:

(أ) اسم المشروع (ب) نشاط المشروع (ج) المجال الاقتصادي (د) المجموعة المستهدفة

٢- المفهوم الذي يُشير إلى "المُدّة الزمنية المُمتدّة بين بدء استخدام الموارد أو عناصر الإنتاج في العملية الإنتاجية وظهور السلعة أو الخدمة"، هو:

(أ) دورة الإنتاج (ب) دورة المبيعات (ج) عُمر المشروع (د) فترة التشغيل

٣- الدّراسة التي يجب البدء بها عند إعداد دراسة جدوى لمشروع ما، هي:

(أ) الفنيّة (ب) الماليّة (ج) القانونيّة (د) التسويقيّة

٤- تكلفة التشغيل التجريبي للمشروع، تُدرج في الدراسة الماليّة ضمن التكاليف:

(أ) الثابتة (ب) المتغيرة (ج) الرأسماليّة (د) التشغيليّة

٥- المفهوم الذي يُشير إلى "الأموال التي يَجنّها المشروع من بَيع المُستهلكين منتوجاته"، هو:

(أ) هامش الرّبح (ب) هيكل التّمول (ج) العائدات (د) الفوائد

٦- تأمين مُستلزمات المشروع وشراء احتياجاته من الآلات والمُعَدّات يكون في مرحلة:

(أ) الدّراسة الفنيّة (ب) التّرخيص والتّسجيل (ج) إنشاء المشروع (د) تخطيط الإنتاج

٧- من المُميّزات التي تُمنحها شركة التّضامن للشركاء في مشروع صغير:

(أ) مُنح الشّريك الموصى حقّ المُشاركة في الإدارة (ب) توزيع الخسائر على الشّركاء

(ج) تحمّل الشّريك المُساهم مسؤوليّة ديون الشركة (د) توزيع الأرباح على المُساهمين

٨- الجهة المُختصة بإصدار شهادة تسجيل تاجر لصاحب المشروع الصغير، هي:

(أ) فرع ضريبة الدخل (ب) وزارة العمل الأردنيّة

(ج) مكتب أمانة عمان (د) وزارة الصناعة والتجارة

٩- من الضروريّ معرفة عدد الآلات والمُعَدّات للمشروع وحجمها، وأبعاد كلّ جهاز وآلة عند تحديد:

(أ) طرائق استقدام العمالة (ب) مساحة الجزء الخاصّ بالإنتاج

(ج) قسم الإدارة (د) مكان المشروع

الصفحة الثانية

- ١٠- يُصنّف مُدقق الحسابات في المشروع الصغير تحت مُسمّى:
- (أ) عامل مُؤقت (ب) عامل دائم (ج) فني مهني (د) مُساعد مُختص
- ١١- الإفراط في تقدير التكاليف الرأسمالية والتشغيلية للمشروع يؤدي إلى:
- (أ) تقليل السعر النهائي للسلعة (ب) زيادة التكلفة الظاهرة للإنتاج (ج) ضمان هامش ربح جيد (د) صعوبة البيع بالأجل
- ١٢- المقصود بنتيجة أعمال المشروع:
- (أ) حجم الإيرادات المُتوقعة (ب) صافي الربح أو الخسارة (ج) نسبة الانتشار في السوق (د) قوة العلامة التجارية
- ١٣- "إنتاج أكبر عدد من الوحدات وفقاً للمواصفات المطلوبة، وتقليل عدد الوحدات المعيبة وعدد الشكاوى الواردة بشأن الوحدات المُنتجة"، هو مفهوم الجودة بالنسبة إلى:
- (أ) قسم التسويق (ب) مهندس الإنتاج (ج) قسم التغليف (د) مُفتش الجودة
- ١٤- المعيار الرئيس للتبادل التجاري داخل البلد وفي العالم، هو:
- (أ) علامة الأيزو (ب) السعر (ج) شهادة المطابقة (د) الجودة
- ١٥- تمر عملية ضبط الجودة بمراحل عدّة، تبدأ باستلام المواد الأولية وتنتهي بـ:
- (أ) عمليات التصنيع (ب) عمليات الشحن (ج) المنتج (د) الترميز
- ١٦- الإجراء الصحيح المُتبع في حال تُعذر فحص جميع المنتجات لِكبر عدد الوحدات المُنتجة، هو:
- (أ) فحص عينة عشوائية ممثلة للإنتاج (ب) اعتماد نظام فحص العينة الواحدة (ج) تأجيل الفحص إلى مرحلة التغليف (د) تغليفها مباشرة وتصنيفها درجة ثانية
- ١٧- الهدف من تنوع فئات شهادات الأيزو الصادرة عن الهيئة الدولية للمواصفات، هو:
- (أ) تمييز القطاعات (ب) تصنيف الخدمات (ج) مواءمة مختلف القطاعات والخدمات (د) تبسيط إجراءات الاعتماد للشهادات
- ١٨- من أشكال الخدمات المُساعدة التي تُقدّمها الجهات الداعمة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة:
- (أ) تنظيم المنافسة (ب) منح التراخيص (ج) التوعية والتدريب (د) دعم الصادرات
- ١٩- صناديق التنمية والتشغيل (ريادة) هي إحدى المؤسسات الداعمة للمشروعات الصغيرة، وتُصنّف ضمن:
- (أ) المؤسسات الحكومية (ب) المؤسسات الأهلية (ج) الوكالات المهنية الخاصة (د) المنظمات غير الربحية
- ٢٠- المفهوم الذي يُشير إلى "مجموعة أنشطة متكاملة مُصمّمة لِيُخطّط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات القادرة على إشباع رغبات المُستهلكين"، هو:
- (أ) الترويج (ب) التسويق (ج) حملات الدعاية (د) تحليل المبيعات
- ٢١- الخطة التسويقية التي يُعدّها الشخص المسؤول عن التسويق تتضمن معلومات عن:
- (أ) الموردّين الحاليين (ب) إدارة المخزون (ج) تكاليف التشغيل (د) مواسم البيع

الصفحة الثالثة

٢٢- التسويق الفاجل في المشروعات الصغيرة يبدأ دوره:

- (أ) بعد تسجيل المشروع
(ب) قبل بدء الإنتاج
(ج) في موقع الإنتاج
(د) عند مواجهة منافسة
- ٢٣- توجيه الاستثمار نحو أكثر المشروعات أهمية بالنسبة إلى المستهلك يُعدّ من فوائد التسويق بالنسبة إلى:
- (أ) المجتمع (ب) المستثمر (ج) المشروع (د) المستهلك

٢٤- لضمان تحقيق التقدم والنمو للمشروع وزيادة مضطردة في المبيعات، يجب:

- (أ) عمل سجل ضريبي
(ب) الحصول على شهادة المطابقة
(ج) تعزيز البيع بالأجل
(د) زيادة حصّة المشروع في الأسواق

٢٥- تُعدّ أولى مهمّات النشاط التسويقي التعرف إلى:

- (أ) حاجات المستهلك ورغباته
(ب) قنوات التوزيع
(ج) حجم الطلب في السوق
(د) أساليب التسعير

٢٦- العنصر الذي يُعدّ قلب المزيج التسويقي، هو:

- (أ) الزبون (ب) الجودة (ج) السعر (د) المنتج

٢٧- من عناصر المنتج التي يجب على صاحب المشروع التركيز عليها لجعل مُنتجه مُميّزًا بين المُنتجات المُنافسة:

- (أ) سعر المنتج (ب) البطاقة التعريفية (ج) شهادة الأيزو (د) تصميم المنتج

٢٨- التسعير الذي لا يعتمد على تكلفة إنتاج السلعة بقدر ما يعتمد على استعداد المستهلك لدفع سعر مُعيّن، هو التسعير على أساس:

- (أ) الطلب (ب) الكمية (ج) المنافسة (د) الجودة

٢٩- المفهوم الذي يُشير إلى "الطريق الذي تسلكه السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي، عبر مجموعة من الأجهزة التسويقية المتخصصة التابعة للمنتج أو مُستقلة عنه"، هو:

- (أ) شبكة التسويق (ب) القناة الترويجية (ج) نقاط البيع (د) القناة التوزيعية

٣٠- لاختيار الوسيلة الإعلانية الأنسب، يجب على صاحب المشروع دراسة:

- (أ) نوعية المنافسين (ب) وظيفة المنتج (ج) خصائص المستهلكين (د) سعر المنتج
- ٣١- العملية التي تهدف إلى نقل معلومة من شخص لآخر لإيجاد تفاهم والتأثير عليهم لتوجيههم نحو أمر مُعيّن، هي:

- (أ) الاستقطاب (ب) التفاوض (ج) الاتصال (د) الإعلان

٣٢- عند إبلاغ الزبون هاتفياً بموعد القياس، تُمثّل صاحبة المَخِيطة أحد عناصر عملية الاتصال، وهي:

- (أ) المرسل (ب) المستقبل (ج) الرسالة (د) الوسيلة

٣٣- في عملية الاتصال، تُظهر التغذية الراجعة مدى تأثير التسويق على:

- (أ) تقضيلات المستهلك (ب) فاعلية عملية الاتصال

- (ج) نتائج أبحاث السوق (د) خصائص المستقبل

٣٤- المفهوم الذي يُشير إلى "مجموعة الأنشطة التي يُقدّمها المشروع بهدف بناء علاقات تبادلية مع المُتعاملين معه، والسعي إلى زيادة عدد الزبائن رغبة في زيادة حجم المبيعات"، هو:

- (أ) التوسّع في العلاقة مع الزبائن (ب) إدارة علاقات الزبائن

- (ج) تنشيط حركة المبيعات (د) تقديم خدمات داعمة

الصفحة الرابعة

٣٥- المرحلة التي يتم فيها جمع معلومات من الزبائن وتخزينها لمساعدة المشروع على التواصل معهم بشكل أسرع وتوضيح كيفية التعامل معهم:

- (أ) إدامة علاقات الزبائن
(ب) تحديد نمط العملاء المحتملين
(ج) بناء قاعدة بيانات
(د) الاتصال الأولي بالمستهلك

٣٦- الهدف من تزويد الزبون بمعلومات عن المنتجات الجديدة التي يوفرها المشروع، هو:

- (أ) متابعة عملية البيع
(ب) لفت انتباه الزبون
(ج) تقليص حدة المنافسة
(د) التخطيط لمواسم البيع

٣٧- من الإرشادات التي تسهم في التميز في خدمة الزبون والمحافظة عليه:

- (أ) التعامل مع الزبون بوصفه رقمًا إحصائيًا
(ب) تسجيل البيانات الشخصية بدقة
(ج) إغلاق باب الحوار مع الزبون عند أي خلاف
(د) المعاملة بطريقة مهنية مَهذبة

٣٨- الإسهام في خفض ميزانية التسويق عن طريق استخدام الكتالوجات الإلكترونية يُعدّ إحدى مزايا:

- (أ) الإعلانات المتحركة (ب) التسويق الإلكتروني (ج) المُلصقات واللافتات (د) البيع الآلي
٣٩- العامل الذي يترك انطباعًا أوليًا جيدًا للزوار عند بناء موقع على شبكة الإنترنت، هو:

- (أ) تصميم واجهة الموقع
(ب) توافر مقياس لنسبة الانتشار في السوق
(ج) تحديد أهداف الموقع ومحتواه
(د) معرفة طبيعة الزوار المحتملين للموقع

٤٠- من طرائق التسويق الإلكتروني:

- (أ) البيع الآلي (ب) البريد الإلكتروني (ج) الدعاية والنشر (د) مُحركات جوجل

• 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 ذات الرمز (ب) للتعبير عن الخطأ):

- ٤١- () بعد الانتهاء من دراسة الجدوى، يُصبح المشروع جاهزًا للافتتاح وممارسة نشاطه.
٤٢- () يُحدّد الاسم التجاري للمشروع من قِبَل وزارة الصناعة والتجارة.
٤٣- () المشروعات الخدمية تعتمد على استخدام المواد الأولية تأمة الصنّع.
٤٤- () توفير الإضاءة الكافية في قسم الإنتاج يُساعد على اكتشاف العيوب والأعطال في الأجهزة بسهولة.
٤٥- () لضمان استمرار المنافسة في السوق، يتطلّب الأمر متابعة التغيرات في نمط استهلاك السلعة.
٤٦- () تُمنح شهادة المطابقة لكلّ إرسالٍ من المنتجات المنوي تصديرها.
٤٧- () يسهم التسويق الفاعل في تحريك العجلة الاقتصادية للمجتمع.
٤٨- () يقتصر عمل وكالات الإعلان على شراء المنتج وإعادة بيعه مرة أخرى للمستهلك.
٤٩- () الرسالة هي الفكرة التي صيغت بلغة مفهومة تتناسب مع إمكانيات المرسل وخصائص المستقبل.
٥٠- () تتشابه أهداف التسويق الإلكتروني مع التقليدي، إلا أنّهما يختلفان في الأدوات.

﴿ انتهت الأسئلة ﴾