



إدارة الامتحانات والاختبارات  
قسم الامتحانات العامة

## امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢٢/٢ التكميلي

(وثيقة محمية/محمود)

مدة الامتحان:  $\frac{30}{1}$  س

اليوم والتاريخ: السبت ٢٠٢٣/١/٧  
رقم الجلوس:

رقم المبحث: 303

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

اختر رمز الإجابة الصحيحة في كل فقرة مما يأتي، ثم ظلل 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 يُشير إلى نشاط أو عمل مُنتج يُدر دخلاً ويتسم بالمحلّية ولا يحتاج إلى عمالة كثيرة أو رأس مال كبير ولا يتضمّن على الأغلب انفصلاً للإدارة عن الملكية هو:

(أ) التسويق (ب) تنشيط المبيعات (ج) المشروع الصغير (د) الإنتاج

٢- من مراحل دورة حياة المشروع التي تعتمد على مدى كفاءة صاحب المشروع في تطبيق بنود دراسة الجدوى، هي:

(أ) تشغيل المشروع (ب) إنشاء المشروع (ج) تقييم المشروع (د) تحديد المشروع

٣- الدراسة التي تعكس الصورة الحقيقية للمشروع قبل تنفيذه على أرض الواقع، هي:

(أ) الجدوى الاقتصادية (ب) الفنية (ج) التسويقية (د) المائيّة التسعيرية

٤- من البيانات والمعلومات التي تُقدّمها الدراسة التسويقية عن المنافسين:

(أ) جنسهم (ب) مستوى تعليمهم (ج) أسعار سلعهم (د) أعمارهم

٥- المفهوم الذي يُشير إلى الذين يتداولون مُنتج المشروع نفسه في السوق سواء أكان ذلك بالاسم التجاري نفسه أم بأسماء تجارية أخرى هو:

(أ) العملاء (ب) المنافسون (ج) الزبائن (د) المُستهلكون

٦- من الأمثلة على المشروعات الخدمية التي تعتمد في عملها على المواد الأولية تامّة الصنع:

(أ) مشاغل الخياطة (ب) مصانع الألبان (ج) مخابز الحلويات (د) صالونات التجميل

٧- تتألف الدراسة المائيّة من عنصرين، هما:

(أ) التكاليف والعائدات (ب) الفوائد والأرباح (ج) رأس المال والأقساط (د) هيكل التمويل والفوائد

٨- الاسم الذي يُطلق على تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من السلعة أو الخدمة عندما يكون الربح مُساوياً للصفر:

(أ) هيكل التمويل (ب) سعر التكلفة (ج) هامش الربح (د) صافي الخسائر

٩- الخطوة الأولى من إجراءات تنفيذ المشروع الصغير:

(أ) تجهيز المكان (ب) شراء المُعدات (ج) توفير الكوادر (د) الترخيص والتسجيل

يتبع الصفحة الثانية ....

منهاجي

منعة التعليم الحادف



## الصفحة الثانية

- ١٠- الإجراء الذي يجب على صاحب المشروع القيام به إذا أراد أن يكون مشروعه ظاهرًا ومعروفًا تحت أحد الأشكال القانونية المتاحة هو تسجيل المشروع في:
- (أ) وزارة العمل (ب) أمانة عمان (ج) وزارة الصناعة والتجارة (د) فرع ضريبة الدخل
- ١١- من الميزات التي تمنحها المؤسسة الفردية لصاحب المشروع:
- (أ) صعوبة التسجيل (ب) ضعف التمويل (ج) امتداد خسائر المشروع (د) الحرية في اتخاذ القرار
- ١٢- يُعدّ توزيع أرباح المشروع على الشركاء من عُيوب:
- (أ) جميع الشركات (ب) المؤسسات العامة (ج) شركة التوصية البسيطة (د) المؤسسة الفردية
- ١٣- في محال بيع الملابس والأحذية يُمكن وضع مكتب المدير أو مكاتب الموظفين في مكان وجود البضاعة نفسها، لأن المشروع:
- (أ) خدمي (ب) إنتاجي (ج) محلي (د) تنموي
- ١٤- تعتمد بعض المشروعات على تخزين السلع والمواد الأولية ولا تستهدف إنتاج مثل هذه السلع لذا يُقسّم مكان العمل إلى قسمين، هما:
- (أ) الصيانة والإنتاج (ب) التخزين والإدارة (ج) التخزين والإنتاج (د) الاستقبال والصيانة
- ١٥- العمّال الذين يُشاركون في عملية الإنتاج أو البيع، يتم تصنيفهم في المشروع إلى عمال:
- (أ) دائمين (ب) مؤقتين (ج) وافدين (د) مُياومة
- ١٦- من المقومات الشخصية لصاحب المشروع التي تُمكنه من الإلمام بالمتغيرات المحيطة بالمشروع ومتابعتها لإجراء التعديلات المناسبة والاستمرار في المنافسة في السوق، هي:
- (أ) اليقظة والانتباه (ب) الإدارة (ج) التفكير الإبداعي (د) المرونة
- ١٧- الوسيلة التي يعتمد عليها المشروع في توفير حاجاته في مراحله الأولى، هي:
- (أ) الأرباح (ب) الفوائد (ج) البيع بالأجل (د) رأس المال
- ١٨- المعيار الرئيس للتبادل التجاري داخل البلد وفي العالم، هو:
- (أ) الجودة (ب) العلامة التجارية (ج) بطاقة البيان (د) علامة الأيزو
- ١٩- المفهوم الذي يُشير إلى جميع الإجراءات التخطيطية والتنظيمية اللازمة لإكساب المنتج الثقة الكافية بقدرته على تلبية حاجات المُستهلك ورغباته، هو:
- (أ) توكيد الجودة (ب) ضبط الجودة (ج) شهادة المطابقة (د) علامة الأيزو
- ٢٠- المرحلة الأولى من مراحل تطبيق ضبط الجودة هي ضبط جودة:
- (أ) عمليات الإنتاج (ب) المواد الأولية (ج) المنتجات واختبارها (د) ظروف التسويق
- ٢١- الفحوص المخبرية من طرق فحص المنتجات، وتشمل:
- (أ) الإشعاعية والمعدنية (ب) الصناعية والحيوية (ج) الطبيعية والصناعية (د) الفيزيائية والكيميائية



الصفحة الثالثة

٢٢- تهدف علامة الجودة الأردنية إلى:

- (أ) الحد من التبادل التجاري  
(ب) دعم الصناعة المحليّة  
(ج) زيادة تكلفة المنتج  
(د) زيادة نسبة المُرْتَجع

٢٣- وضع نظام إداري وقائي محدد لمنع حالات عدم المطابقة يشتمل على جميع الشروط والضوابط التي يجب توافرها في المؤسسات لضمان الجودة من أهداف:

- (أ) الجودة (ب) شهادة المطابقة (ج) الأيزو (د) إدارة علاقات الزبائن

٢٤- شركة الشرق الأوسط لتمويل المشروعات الصغيرة من المؤسسات الداعمة للمشروعات الصغيرة وتُعد من الجهات:

- (أ) الحكومية (ب) الأجنبية (ج) شبه الحكومية (د) الأهلية

٢٥- على الشخص المسؤول عن التسويق تعرّف معلومات كثيرة ومُهّمة قبل البدء بوضع خطته التسويقية، منها:

- (أ) أنواع المنافسين (ب) حاجات المنتجين (ج) مواسم البيع (د) السجلات المحاسبية

٢٦- المساعدة على تقدير حجم الإنتاج الممكن بيعه عن طريق تحليل المعلومات التي جُمعت يُعدّ إحدى فوائد التسويق وأهميته بالنسبة إلى:

- (أ) المجتمع (ب) العملاء (ج) المشروع (د) المستهلك

٢٧- يتطلّب تحقيق التقدّم والنمو للمشروع الصغير:

- (أ) تحقيق زيادة مضطردة في الاستهلاك  
(ب) خفض المستوى المعيشي للأفراد  
(ج) تقليل حصة المشروع في الأسواق  
(د) البحث عن الفرص التسويقية المناسبة

٢٨- المفهوم الذي يُشير إلى أي شيء ملموس أو غير ملموس يُمكن عرضه في الأسواق بغية إشباع حاجات المستهلك ورغباته هو:

- (أ) المنتج (ب) الترويج (ج) التسويق (د) القناة التوزيعية

٢٩- عدد عناصر المزيج التسويقي:

- (أ) ستة (ب) خمسة (ج) أربعة (د) ثلاثة

٣٠- من عناصر المنتج الذي يضمن ديمومته وتفوقه أمام المنافسين:

- (أ) غرض المنتج (ب) جودة المنتج (ج) الجوانب الملموسة (د) وظيفة المنتج

٣١- العنصر الذي يُعدّه بعض المتخصصين العنصر الخامس من عناصر المزيج التسويقي:

- (أ) السعر (ب) الترويج (ج) التغليف (د) الزبون

٣٢- أبسط أساليب التسعير وأكثرها شيوعًا التسعير على أساس:

- (أ) المنافسة (ب) الطلب (ج) العرض (د) التكلفة

٣٣- من قنوات التوزيع المباشرة التي تُعدّ مناسبة لعقد صفقات البيع:

- (أ) الصحف (ب) البيع الآلي (ج) باعة الجملة (د) المعارض

٣٤- من الأمثلة المناسبة على الأساليب الذي يُقّمها المشروع بهدف إثارة الطلب على خدماته أو سلعه على المدى القصير:

- (أ) الإعلان (ب) الدعاية والنشر (ج) التتريلات (د) البيع الشخصي

يتبع الصفحة الرابعة ....

## الصفحة الرابعة

٣٥- المعلومات التي تتضمن عروضاً مميزة لصاحبة صالون مكتوبة على لافتة، تُعدُّ مثالاً على عنصر من عناصر عملية الاتصال هو:

(أ) الرسالة (ب) المرسل (ج) المستقبل (د) التشويش

٣٦- العامل الذي يتدخل في عملية الاتصال وينجم عنه تقليل فاعلية الاتصال ودقته أو تعطيله أو إعاقته للرسالة، هو:

(أ) التغذية الراجعة (ب) التشويش (ج) البيئة الخارجية (د) وسيلة الاتصال

٣٧- من الأهداف التي يسعى أي نظام لإدارة علاقات الزبائن إلى تحقيقه:

(أ) استقطاب مُستهلكين جُدد (ب) تقدير نسبة المبيعات

(ج) تحديد المنافسين (د) ضمان ولاء المُنتج

٣٨- تهدف مرحلة الاتصال الأولى بالمُستهلك إلى:

(أ) تحديد طريقة التسليم

(ج) لفت انتباه المُستهلك إلى السلعة

(ب) ضمان ولاء الزبون

(د) بناء قاعدة بيانات

٣٩- من مزايا التسويق الإلكتروني:

(أ) زيادة ميزانية التسويق (ب) محدودية الجمهور

(ج) اختزال الأعمال الورقية (د) تقليص قاعدة العملاء

٤٠- من الأمور الواجب مراعاتها عند تصميم واجهة الموقع الإلكتروني:

(أ) وصف مُختصر للخدمات

(ب) تصميم شعار للمنتجات

(ج) حجب صور المنتجات

(د) عدم تضمين السعر

• ضع إشارة ( ✓ ) أمام العبارة الصحيحة، وإشارة ( × ) أمام العبارة الخاطئة، 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- ( ) صدرت الإرادة الملكية السامية عام ٢٠٠٤م بتخصيص جائزة سنوية للمشروعات الصغيرة.

٤٢- ( ) التسويق بمفهومه الحديث يقتصر على البيع ومهاراته.

٤٣- ( ) يُسهم التسويق الفاعل في تحريك العجلة الاقتصادية للمجتمع.

٤٤- ( ) يُعدُّ المُنتج قلب المزيج التسويقي، لأن عدم تلبية حاجات المُستهلك يعني فشل المشروع.

٤٥- ( ) الاتصال جزء أساسي لوظائف العملية الإدارية كلها.

٤٦- ( ) تتشابه وسائل الاتصال في قدرتها على التوصيل وعلى إثارة انتباه المتلقي.

٤٧- ( ) بناء قاعدة بيانات الزبائن يُساعد على التواصل مع الزبائن على نحو أسرع.

٤٨- ( ) الزبون عدد إحصائي ومُجادلته تُسهم في التقليل من مخاوفه وشكوكه.

٤٩- ( ) التسويق الإلكتروني يُقدِّم خدمات إضافية بمستوى تكلفة لا تُقارن بما تتضمنه حملة التسويق التقليدية.

٥٠- ( ) أهداف نماذج التسويق الإلكتروني تختلف عنها في النماذج التقليدية للتسويق.