



امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢٥

(وثيقة محمية/محمود)

س د
١ ٣٠

مدة الامتحان: ٣٠ دقيقة
اليوم والتاريخ: الثلاثاء ٢٠٢٥/٧/٨
رقم الجلوس:

رقم المبحث: 317

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 أنّ عدد الفقرات (٥٠)، وعدد الصفحات (٤).

١- المفهوم الذي يُشير إلى نشاط أو عمل مُنتج يُدرّ دخلاً، ويتّسم بالمحلّيّة، ولا يحتاج إلى عمالة كثيرة، أو رأس مال كبير، كما أنّه لا يتضمّن على الأغلب انفصلاً للإدارة عن المُلْكِيّة، هو المشروعات:

(أ) الصغيرة (ب) المتوسطة (ج) الرياديّة (د) الكبيرة

٢- أنشأت عبيد مشغلاً لتصميم الأزياء وانتهت من تقييم مراحل إنشائه، وتعرّفت إلى وضعها النهائي في المشروع قبل البدء بالمرحلة التي تليها، وهي مرحلة:

(أ) دراسة الجدوى (ب) تشغيل المشروع (ج) التسويق والترويج (د) ترخيص المشروع

٣- الدراسة التي تقدّم كمّاً كبيراً من المعلومات يفيد في عمل الدراسات الأخرى، ويُعطي انطباعاً جيداً بشأن المكانة التي سيحتلّها المشروع في السوق، هي الدراسة:

(أ) الماليّة (ب) الفنيّة (ج) التسويقية (د) الإنتاجيّة

٤- غالباً ما تكون المواد الخام أو الأوليّة المُستخدمة في إنتاج السلع مواد غير مُصنّعة أو نصف مُصنّعة في المشروعات:

(أ) الإنتاجيّة (ب) الخدميّة (ج) الاجتماعيّة (د) التطوّعيّة

٥- تعتمد بعض المشاريع الصغيرة في تمويلها على الأموال المُقترضة من البنوك، وفي هذه الحالة تُعدّ الفوائد والأقساط من التكاليف:

(أ) التشغيليّة الثابتة (ب) التشغيليّة المتغيّرة (ج) الكليّة (د) الرأسماليّة

٦- الشكل القانوني للمشروعات الصغيرة، والتي تكون فيها الأرباح كلّها من نصيب المالك، هي:

(أ) شركة التضامن (ب) المؤسسة الفرديّة (ج) شركة التوصية البسيطة (د) المؤسسات التعاونيّة

٧- الخطوة الأولى من خطوات تسجيل المشروع وترخيصه، هي:

(أ) عمَل سِجَل ضريبي (ب) التسجيل في الغرفة الصناعيّة

(ج) التسجيل في السِجَل التجاري (د) تحديد مكان المشروع

٨- افتتح أحمد محلاً لبيع الأحذية، ووضع مكتب الموظف في مكان وجود البضاعة، لأنّ مشروعه مشروع:

(أ) إنتاجي (ب) حرفي (ج) خدمي (د) صناعي

٩- يُحدّد عدد العُمال اللازم لتشغيل المشروع الصغير بناءً على:

(أ) طرائق استقدام العُمال (ب) تصنيف العُمال في المشروع

(ج) كميّة الإنتاج (د) موقع المشروع

يتبع الصفحة الثانية

الصفحة الثانية

١٠- من المَقَوِّمات الشخصية التي تُتيح لصاحب المشروع الإلمام بالمتغيرات التي تُحيط بالمشروع لضمان استمراريته بالسوق:

(أ) الأمانة والصدق (ب) حُسْن اختيار العَمَال (ج) الاحتفاظ بالسُجَلات (د) اليقظة والانتباه

١١- التخزين السليم للمواد والسلع من الأعمال التي يجب أن يقوم بها صاحب المشروع حفاظاً على مشروعه من الفشل، وتُعَدُّ من المَقَوِّمات:

(أ) الخاصّة بالمشروع (ب) الشخصية لصاحب المشروع (ج) الماليّة للإدارة (د) الفنيّة لأمين اللوازم

١٢- المرحلة التي تأتي بعد عمليّة التنفيذ وقبل مرحلة التشغيل في دورة حياة المشروع، هي مرحلة:

(أ) دراسة الجدوى (ب) التقييم (ج) الترخيص والتسجيل (د) التسويق

١٣- المفهوم الذي يُشير إلى مجموعة الموصافات وخصائص المنتج التي تُحدّد مدى مُلاءمته لتحقيق الغرض الذي أُنتج من أجله، تلبية لرغبات المُستهلك المتوقّعة وحاجاته، هو:

(أ) التسويق (ب) الترويج (ج) تأكيد الجودة (د) الجودة

١٤- من الفوائد التي تترتّب على ضبط جودة المنتجات:

(أ) زيادة الفاقد والمُرتجع (ب) حُسْن استثمار الموارد

(ج) انخفاض حجم المبيعات (د) ارتفاع كُلفة الإنتاج

١٥- عند شرائك ثوب قماش لتفصيل زيّ مدرسي، وفحصك له للتأكد من خُلوّه من العيوب ومدى مُطابقته للمعايير المطلوبة، فإنّ هذه الخطوة تندرج ضمن مرحلة من مراحل ضبط الجودة، وهي ضبط جودة:

(أ) المواد الأوليّة (ب) عمليّات الإنتاج (ج) المنتجات (د) السوق

١٦- اهتمّت مؤسسة الموصافات والمقاييس بعلامة الجودة وشهادة المُطابقة نظراً لدورها الكبير في:

(أ) الحدّ من المنافسة في السوق (ب) زيادة التكاليف على المُستهلك

(ج) الحدّ من الصادرات الوطنيّة (د) تعزيز الثقة بالمنتجات الأجنبيّة

١٧- من الفوائد الخاصّة بالمُستهلك التي تُحقّقها شهادة المُطابقة وعلامة الجودة:

(أ) تسهيل التبادل التجاري (ب) تقليل كُلفة الإنتاج والتسويق

(ج) زيادة قدرة المنتج على المنافسة (د) الحصول على منتج مُطابق للمواصفات

١٨- صَدَرَت الإرادة الملكيّة السامية عام ٢٠٠٤م، بتخصيص جائزة سنويّة للمشروعات الصغيرة، وهي جائزة الملك

عبدالله الثاني لـ:

(أ) التميّز في القيادة والتنمية (ب) العمل الحرّ والريادة

(ج) الإنجاز والإبداع الشبابي (د) تميّز الأداء الحكومي والشفافيّة

١٩- مُؤَسَّسة إدارة وتنمية أموال الأيتام هي إحدى المُؤَسَّسات الداعمة للمشروعات الصغيرة، وتُصنّف ضمن:

(أ) المُؤَسَّسات الحكوميّة (ب) المُؤَسَّسات الأهليّة (ج) الهيئات الأجنبيّة (د) الهيئات الثقافيّة

٢٠- المفهوم الذي يُشير إلى مجموعة الأنشطة المتكاملة المُصمّمة لتخطيط وتسعير وتوزيع السلع والخدمات القادرة على إشباع رغبات المُستهلكين، هو:

(أ) الترويج (ب) الإعلان (ج) الدعاية (د) التسويق

يتبع الصفحة الثالثة

الصفحة الثالثة

- ٢١- الخطة التسويقية التي يُعدّها الشخص المسؤول عن التسويق تتضمن معلومات عن:
- (أ) عدد المنافسين (ب) الموردّين الحاليين (ج) مواسم البيع (د) التكاليف التشغيلية
- ٢٢- تبرز فائدة التسويق وأهميته بالنسبة للمستهلك، في أنّه:
- (أ) يرفع المستوى المعيشي للأفراد (ب) يُشبع حاجاته الحالية والمستقبلية (ج) يوصل المعلومات إلى المنافسين (د) يُعنى بتحقيق أهداف المشروع
- ٢٣- يُعدّ التسويق أمرًا مهمًا للمشروع، حيث إنّهُ يوجّه الاستثمار نحو أكثر المشروعات أهمية بالنسبة إلى:
- (أ) المنتج (ب) الموردّ (ج) المستهلك (د) المنافسين
- ٢٤- من الأهداف التي يسعى التسويق إلى تحقيقها، الأهداف:
- (أ) البيئية (ب) الاجتماعية (ج) الثقافية (د) الحيوية
- ٢٥- يضمّ المزيج التسويقي عناصر أساسية لكلّ منها تأثير في العناصر الأخرى، وهذه العناصر هي:
- (أ) المنتج - السعر - المكان - الترويج (ب) الزبون - السوق - المنافسين - التسويق (ج) العملاء - المنافسين - الدعاية (د) المنتج - التغليف - التسويق
- ٢٦- ليتمكّن صاحب المشروع من تقديم منتج بصفات مختلفة تميّزه عن منتجات منافسيه، عليه التفكير في:
- (أ) فرص التسويق (ب) قنوات التوزيع (ج) حجم الإنتاج (د) أبعاد المنتج
- ٢٧- من أهم الصفات التي تضمن ديمومة المنتج وتفرّقه أمام المنافسين:
- (أ) شهادة المطابقة (ب) علامة الأيزو (ج) جودة المنتج (د) سعر المنتج
- ٢٨- من الأمثلة على قنوات التوزيع غير المباشرة للسلعة:
- (أ) الوكيل (ب) المعارض (ج) التوزيع بالبريد (د) البيع الآلي
- ٢٩- يقتصر دور وكالات الإعلان على:
- (أ) بيع المنتج لصالحها (ب) البحث عن موردين (ج) التفاوض مع الوسطاء (د) تسهيل عملية توزيع المنتج
- ٣٠- المفهوم الذي يُشير إلى النشاط الذي يُعنى بتتبع العلاقات الوثيقة بين المشروع وأفراد المجتمع، وجمع المعلومات الدورية عن حاجاتهم، فضلًا عن إعطاء انطباع جيّد عن المشروع ومنتجاته، هو:
- (أ) دراسة الجدوى (ب) الاتصال (ج) العلاقات العامة (د) الترويج
- ٣١- المؤشر لمدى فاعلية المشروع الصغير في الوصول إلى الآخرين وقدرته على التأثير فيهم واستجابتهم له، هو:
- (أ) نمط الإنتاج (ب) النشرات الإحصائية (ج) الاتصالات (د) نقاط البيع
- ٣٢- تتضمن عملية الاتصال عناصر عدّة، والعنصر المقصود بعملية الاتصال:
- (أ) الوسيلة (ب) المستقبل (ج) المرسل (د) الرسالة
- ٣٣- من الأمثلة على عامل تشويش من البيئة الخارجية خلال عملية الاتصال:
- (أ) الضوضاء (ب) شبكة الإنترنت (ج) لغة الرسالة (د) شُرود الذهن
- ٣٤- معرفة العادات الشرائية للمستهلكين الجُدد بهدف استقطابهم، هو أحد أهداف:
- (أ) صاحب المشروع (ب) إدارة علاقات الزبائن (ج) مهندس الإنتاج (د) رئيس قسم التصميم
- ٣٥- لفتّ انتباه المستهلك إلى السلعة عن طريق إقامة المعارض أو المُلصقات يُعدّ أحد أساليب:
- (أ) تنشيط المبيعات على المدى الطويل (ب) تقديم خدمات داعمة للسلعة (ج) الاتصال الأولي بالمستهلك (د) تقديم التغذية الراجعة غير المباشرة

الصفحة الرابعة

٣٦- إحدى مراحل عملية استقطاب مُستهلكين جُدد، تُجمَع فيها معلومات عن الزبائن ثم تُخزَّن بهدف التعرف إليهم والتواصل معهم على نحو أسرع، هي:

- (أ) التوسع والانتشار للمشروع
(ب) الدراسة التسويقية للمشروع
(ج) بناء قاعدة بيانات الزبائن
(د) دراسات أبحاث السوق

٣٧- الهدف من متابعة عملية البيع والتحقق من استلام الزبون السلعة في الوقت المناسب، هو:

- (أ) تحديد فرص البيع الفريدة
(ب) التوسع في العلاقة مع الزبائن
(ج) زيادة الفاقد والمُرتجَع
(د) المحافظة على الزبائن الحاليين

٣٨- المفهوم الذي يُشير إلى توظيف إمكانيات شبكة الإنترنت وشبكات الاتصال المختلفة والوسائط المُتعددة في تحقيق الأهداف التسويقية، هو:

- (أ) التسويق الإلكتروني (ب) عمليات الاتصال (ج) تنشيط المبيعات (د) المزيج التسويقي
٣٩- قياس نسبة الانتشار في السوق الإلكترونية على شبكة الإنترنت يُقصد بها قياس:

- (أ) نسبة الخدمات المعروضة على الشبكة
(ب) عدد مُستخدمي الموقع على الشبكة
(ج) حجم المبيعات للسلع والخدمات شهرياً
(د) عدد المنافسين عبر البريد الإلكتروني
٤٠- يُعدّ أحد أهم أساليب التسويق الناجح غير التقليديّة، حيث يُمكن صاحب المشروع من مُراسلة زبائنه الحاليين والمُحتملين برسائل تتضمن معلومات عن المُنتج والعروض واسم الموقع على الإنترنت وطرائق الاتصال به، هو الاتصال عبر:

- (أ) الصُحف والمجَلات (ب) البريد الإلكتروني (ج) المُلصقات واللافتات (د) الكُتيبات الدعائية

• ضع إشارة (✓) أمام العبارة الصحيحة، وإشارة (x) أمام العبارة الخطأ، ثم ظلّل بشكل غامق الدائرة التي تُشير إلى رمز الإجابة في نموذج الإجابة (الدائرة ذات الرمز (أ) للتعبير عن الصواب والدائرة ذات الرمز (ب) للتعبير عن الخطأ):

- ٤١- () تبرز أهمية دراسة جدوى المشروع في التحقق من إمكانية استمرار نجاحه مُستقبلاً.
٤٢- () تعتمد الدراسة التسويقية على دراسة عُنصرين مُهمّين، هما التكاليف والعائدات.
٤٣- () تُعدّ تكلفة المواد الخام وتكلفة الكهرباء أو المياه من التكاليف التشغيلية المُتغيرة للمشروع.
٤٤- () التدفقات النقدية هي الأموال التي يجنيها المشروع من بيع منتوجاته إلى المُستهلكين.
٤٥- () يعتمد اختيار مكان أيّ مشروع -أساساً- على مكان وجود المجموعة المُستهدفة.
٤٦- () تنوع فئات الأيزو جعلها ملائمة لمُختلف القطاعات والخدمات، بدءاً بالمحال التجارية الصغيرة ووصولاً إلى مستويات عُليا بما فيها الحكومات ومُؤسسات الدول.

٤٧- () إعداد غلاف السلعة وتحديد إسهاماته يتم بعد إنتاج السلعة وليس قبله.

٤٨- () تاجر التجزئة يهتم بالبحث عن المُستهلك والتفاوض معه لصالح المُنتج دون انتقال ملكية المُنتج إليه.

٤٩- () يتعيّن على المُستقبل تصميم رسالة واضحة قابلة للإقناع تحوي عناصر التسويق لإثارة اهتمام المُتلقي.

٥٠- () من مزايا التسويق الإلكتروني توفير وسيلة ترويج جديدة سريعة مُتميّزة للمُستهلكين كافة.

﴿ انتهت الأسئلة ﴾