

**ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚ. ΕΠΙΧ. & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**  
**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ**  
**(ΚΥΚΛΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)**  
**Γ' ΤΑΞΗΣ ΕΝΙΑΙΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ**  
**2002**

**ΟΜΑΔΑ Α**

*Στις παρακάτω προτάσεις, από **A.1** μέχρι και **A.6**, να γράψετε στο τετράδιό σας τον αριθμό της καθεμιάς και δίπλα του τη λέξη **Σωστό**, αν η πρόταση είναι σωστή, ή **Λάθος**, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.*

**A.1** Η επιχείρηση παράγει προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία διαθέτει έναντι μιας αξίας ανταλλαγής μέσω του μηχανισμού της αγοράς.

**Μονάδες 4**

**A.2** Η παραγωγικότητα μετρά ποσότητες ενώ η αποδοτικότητα μετρά αξίες ή χρηματικά μεγέθη.

**Μονάδες 4**

**A.3** Η οικονομικότερη προμήθεια πρώτων υλών ανήκει στην παραγωγική λειτουργία.

**Μονάδες 4**

**A.4** Οι λειτουργικοί στόχοι είναι αυτοί που επίσημα η επιχείρηση διατυπώνει στο καταστατικό της.

**Μονάδες 4**

**A.5** Ο ηγέτης στο εξουσιοδοτικό πρότυπο δίνει το δικαίωμα να αποφασίζουν σε πολλά θέματα οι συνεργάτες του και ο ρόλος του είναι πολύ περιορισμένος.

**Μονάδες 4**

**A.6** Η λειτουργία του ελέγχου είναι ανεξάρτητη από τη λειτουργία του προγραμματισμού.

**Μονάδες 4**

*Στις παρακάτω προτάσεις, από **A.7** μέχρι και **A.9**, να γράψετε στο τετράδιό σας τον αριθμό της πρότασης και δίπλα του το γράμμα που αντιστοιχεί στη σωστή απάντηση.*

**A.7** Το μάνατζμεντ περιλαμβάνει τη διαδικασία:

- α.** μόνο του προγραμματισμού
- β.** μόνο της οργάνωσης
- γ.** μόνο της διεύθυνσης και του ελέγχου
- δ.** όλα τα παραπάνω.

**Μονάδες 6**

- A.8** Ποια από τις παρακάτω λειτουργίες της χρηματοοικονομικής διοίκησης έχει ως αντικείμενο τη διαχείριση των εισπράξεων και πληρωμών της επιχείρησης:
- α.** η λειτουργία του προϋπολογισμού
  - β.** η ταμειακή λειτουργία
  - γ.** η λογιστική λειτουργία
  - δ.** η λειτουργία διαχείρισης κεφαλαίων.

**Μονάδες 6**

- A.9** Η θέση ότι η γραφειοκρατία (διοίκηση μέσω γραφείων) είναι το πλέον λογικό μέσο για την άσκηση ελέγχου πάνω στους ανθρώπους διατυπώθηκε από:
- α.** Fraderick Taylor
  - β.** Henri Fayol
  - γ.** Max Weber
  - δ.** Gantt.

**Μονάδες 5**

*Να απαντήσετε στην παρακάτω ερώτηση:*

:

- A.10** Η χρηματοοικονομική διοίκηση ασχολείται με την παρακολούθηση και τη μελέτη των χρηματοοικονομικών στοιχείων της επιχείρησης. Για ποιους κυρίως λόγους είναι χρήσιμα τα στοιχεία που προκύπτουν;

**Μονάδες 9**

### **Απαντήσεις:**

**A1.** Σ

**A2.** Σ

**A3.** Λ

**A4.** Λ

**A5.** Σ

**A6.** Λ

**A7.** δ

**A8.** β

**A9.** γ

- A10.** Σελ 73 2.5.1 Εισαγωγή – βασικές έννοιες από «Τα στοιχεία που προκύπτουν.....» έως «Με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση υπόκειται σ'έξωτερικό έλεγχο».

### **ΟΜΑΔΑ Β**

- B.1** Πώς συμβάλλουν στη βελτίωση του μηνύματος επικοινωνίας:

- α.** Η σαφήνεια και η ακρίβεια του μηνύματος;

**Μονάδες 5**

**β.** Η πληρότητα του μηνύματος;

**Μονάδες 5**

**γ.** Η περιεκτικότητα και η συντομία του μηνύματος;

**Μονάδες 5**

**B.2** Ποια είναι τα συνήθη προβλήματα ή μειονεκτήματα που παρουσιάζονται κατά τη λειτουργία των ομάδων;

**Μονάδες 20**

**B.3 α.** Γιατί η πιο δυναμική μεταβλητή του μίγματος Marketing είναι η προώθηση του προϊόντος;

**Μονάδες 4**

**β.** Σε τι στοχεύει η αποτελεσματική προώθηση του προϊόντος;

**Μονάδες 6**

**γ.** Ποια εργαλεία χρησιμοποιεί η προώθηση του προϊόντος για να ανταποκριθεί στους στόχους της (μίγμα προώθησης);

**Μονάδες 5**

### **Απαντήσεις:**

#### **B.1.**

**α.** Σελ 154 3.3.4.7 Κρίσιμα ζητήματα της μετάδοσης του μηνύματος, που πρέπει να τονιστούν. Βελτίωση του μηνύματος από: «Σαφήνεια – ακρίβεια» έως «για να δηλώσουν την ασάφεια των μηνυμάτων» (παράγραφος γ του βιβλίου).

**β.** Σελ 154 από «Πληρότητα» έως «...μονον από ένα πρώτο μέρος του» Σελ 155.

**γ.** Σελ 155 από «Περιεκτικότητα – Συντομία» έως «... δεν θα πρέπει να λειτουργεί σε βάρος της πληρότητας»

**B.2.** Σελ 137 3.3.3.3. Προβλήματα λειτουργίας των ομάδων από «Τα πιο συνήθη προβλήματα» έως «... με τα οποία κανείς δεν θα συμφωνούσε ως άτομο εκτός ομάδας»

#### **B.3.**

**α.** Σελ 67 2.3.3 Το μίγμα Marketing " Η προώθηση" «Η προώθηση είναι, σύμφωνα...γιατι φέρει σε επαφή πωλητές και αγοραστές»

**β.** Σελ 67 από «Η αποτελεσματική προώθηση στοχεύει» έως «ευνοϊκή καταναλωτική συμπεριφορά για το προϊόν ή την υπηρεσία»

**γ.** Σελ 67 και σελ 68 από «Η προώθηση, για να ανταποκριθεί στους στόχους της» έως «οι δημόσιες σχέσεις»