

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

ΕΚΦΩΝΗΣΕΙΣ

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 μάντζμεντ 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

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

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΟΜΑΔΑ Α

- 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' εξωτερικό έλεγχο».]

ΟΜΑΔΑ Β

- 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 «...μόνον 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 ... γιατί 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»