



## كلية الاقتصاد المنزلي

امتحان الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي ٢٠٢٢/٢٠٢١

الدرجة الكلية	اقتصاديات أسرة (M 223)	اسم وكود المقرر	إدارة المنزل والمؤسسات	القسم
٨٠ درجة	٢٠٢٢/٦/٢١ م	تاريخ الاختبار	الثانية/ إدارة المنزل والمؤسسات	الفرقة/ الشعبة
	ساعتان	زمن الاختبار	تقع الأسئلة في ٦ صفحات	

٤٠ درجة

### السؤال الأول:

أجب باختيار الإجابة الصحيحة من الاختيارات (a-b-c-d) لكل من الأسئلة التالية:

١- تعرف بأنها مجموعة من التعريفات الخاصة بظاهرة اقتصادية معينة والافتراضات ذات العلاقة التي يمكن استخدامها بواسطة التحليل المنطقي للوصول إلى نتائج اقتصادية للتنبؤ بمسار الظاهرة.	a- النظام الاقتصادي	b- النظرية الاقتصادية	c- الفعاليات الاقتصادية	d- المشكلة الاقتصادية
٢- تنقسم إلى أربع فعايات وهم الانتاج، التبادل، التوزيع، الاستهلاك	a- النظام الاقتصادي	b- النظرية الاقتصادية	c- الفعاليات الاقتصادية	d- المشكلة الاقتصادية
٣- نظام يسعى لتحقيق الأهداف الاقتصادية المحددة من خلال الملكية الخاصة و حرية الاقتصاد الفردي و المنافسة و حافظ الربح و نظام سعر السوق.	a- اقتصاد السوق ( الحر)	b- الاقتصاد المركزي	c- الاقتصاد المختلط	d- الاقتصاد التقليدي
٤- يعتبر الهدف النهائي للنشاط الاقتصادي ويتمثل بالانتفاع من السلع والخدمات وإشباع الحاجات الإنسانية.	a- الإنتاج	b- التبادل	c- التوزيع	d- الاستهلاك
٥- تتكون من عدد كبير من السلع الاقتصادية المادية وجميع المصانع والمعامل بأرضها ومكائنها وما إلى ذلك	a- النقود	b- الأسهم	c- السندات	d- الثروة
٦- تعبير هندسي يبين العلاقة الدالة بين أسعار السوق و الكميات المطلوبة عند كل سعر ممكن من سلعة معينة.	a- قانون الطلب	b- جدول الطلب	c- منحنى الطلب	d- الطلب
٧- السلع المكملة هي السلع التي يجب شراؤها جنباً إلى جنب مع السلع الأخرى تعتبر من العوامل المحددة	a- للعرض	b- للطلب	c- للدخل	d- لتغير ذوق المستهلك
٨- درجة استجابة المتغير التابع للتغير الحاصل في المتغير المستقل هي .	a- المرونة	b- مرونة الطلب السعرية	c- مرونة الطلب الدخلية	d- الطلب
٩- إذا كان التغير النسبي في الكمية المطلوبة أكبر من التغير النسبي في السعر يعتبر طلب				

a- غير مرن	b- مرن	c- متكافئ المرنة	d- عديم المرنة
10- هي درجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة معينة للتغير الحاصل في سعرها.	a- المرنة	b- مرونة الطلب السعرية	c- مرونة الطلب الدخلية
11- هو الاتصال غير المباشر وغير الشخصي لنقل الرسالة البيعية إلى المشتري عن طريق وسائل غير مملوكة للمؤسسة مقابل أجر معين مع الإفصاح عن شخصية المعلن.	a- الإعلان	b- الادراك.	c- المعتقد.
12- هي الأداة التي تنقل الرموز من خلال المسار أو القناة إلى مركز الاستقبال لدى المتلقي.	a- وسيلة الاتصال	b- قناة الاتصال	c- (A & B) معاً
13- هي الوسائل التي يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين المتصل والمتصل به عن طريق الكلمة المكتوبة	a- الوسائل الشفهية	b- الوسائل المكتوبة	c- (A & B) معاً
14- الإعلان الذي يرمي إلى إرشاد المستهلكين للاستخدام الأمثل للسلعة أو الخدمة المراد اشباعها	a- اعلان اخباري	b- اعلان تذكيري	c- اعلان ارشادي
15- الرسالة الاعلانية التي تحتوي على مجموعة المعلومات التي تبين خصائص السلع والخدمات، وكيفية الاستفادة من مزاياها	a- اعلان اخباري	b- اعلان تذكيري	c- اعلان ارشادي
16- هي وسيلة اتصال غير شخصية تتم من خلال بعض الوسائل كالصحف والراديو والتلفزيون وذلك بهدف إثارة الطلب على سلعة أو خدمة	a- العلاقات العامة	b- تنشيط المبيعات	c- البيع الشخصي
17- الخدمات التي يحتاجها جميع الأفراد والمؤسسات بشكل روتيني ولا تحتاج الى تكنولوجيا متطورة او بنية تحتية عالية الجودة.	a- خدمات المعاملات الالكترونية	b- الخدمات الالكترونية المتكاملة	c- الخدمات المعلوماتية
18- وهي الخدمات التي تربط الخدمات الالكترونية والخدمات التقليدية و يكون فيها اي شكل من أشكال التفاعل بين العملاء مع أي مستوى من التكنولوجيا لاستخلاص فائدة	a- خدمات المعاملات الالكترونية	b- الخدمات الالكترونية المتكاملة	c- الخدمات المعلوماتية
19- هي استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والمعاملات مع جميع أصحاب المصلحة في المؤسسة.	a- الخدمات الإلكترونية	b- التجارة الإلكترونية	c- الخدمات المعلوماتية
20- يهدف إلى توفير كافة المعلومات لمستهلكي الخدمات المرتبطة بالمنشأة ترسيخاً للعلاقة المباشرة الواجب تدعيمها بين البائع والمشتري.	a- اعلان اخباري	b- اعلان تذكيري	c- اعلان ارشادي
21- يعتبر ..... من العوامل الشخصية التي تؤثر على سلوك المستهلك.	a- الثقافة	b- السن ودورة حياة الاسرة	c- الجماعات المرجعية
22- يعرف ..... بأنه مجموعة الأفعال والتصرفات التي يقوم بها المستهلك النهائي لشراء السلع والخدمات بغرض الاستهلاك الشخصي له .			

a - حقوق المستهلك	b - سلوك المستهلك	c - واجبات المستهلك	d - نمط واسلوب الحياه
٢٣- ..... هو عبارة عن حاجة غير مشبعة بدرجة كافية لدي الفرد تضغط عليه وتحركه للبحث عن وسيلة معينة لإشباعها.	a - الدافع	b - الكفاءة	c - الادراك
٢٤- تصنف الحالة الاقتصادية من العوامل ..... التي تؤثر علي سلوك المستهلك .	a - النفسية	b - الثقافية	c - الشخصية
٢٥- ..... هو التغير الذي يطرأ علي سلوك الأفراد ويتصف بالدوام النسبي نتيجة الخبرة أو الممارسة.	a - الاتجاه.	b - الادراك.	c - المعتقد.
٢٦- تصنف الدوافع علي أساس " مدي تأثير اسم وعلامة المنتج" إلي .....	a - دوافع أولية	b - دوافع انتقائية	c - دوافع التعامل
٢٧- ..... هي عبارة عن مخاوف المستهلك من عدم قدرة المنتج علي أداء الوظائف المتوقعة منه أو المعطن عنها من قبل البائع.	a - المخاطر الوظيفية المدركة	b - المخاطر المالية المدركة	c - المخاطر الشخصية المدركة
٢٨- من حقوق المستهلك .....	a - حق المعرفة	b - حق الأمان	c - حق الاختيار
٢٩- مجالات الاخلال بحماية المستهلك .....	a - الاعلان	b - الضمان	c - التبيين
٣٠- يعرف حماية المستهلك علي أساس ..... بأنه عبارة عن رفع وعي المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته بما يرشد قراراته ويوجهه الي ما يحق له القدر الأكبر من الحماية.	a - المحور التثقيفي والتعليمي	b - المحور التشريعي	c - المحور الرقابي
٣١- الاطراف المسئولة عن حماية المستهلك .....	a - الحكومات	b - جمعيات حماية المستهلك	c - الاعلام
٣٢- يعرف ..... بأنه مجموعة من الانشطة المحددة والتي تستخدم بهدف التأكد من الانتاج الذي تم تحقيقه يتفق ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له سلفاً.	a - رقابة الجودة	b - حقوق المستهلك	c - (A & B) معاً
٣٣- تنقسم أبعاد حماية المستهلك الي .....	a - حماية المستهلك من نفسه	b - حماية المستهلك من أطراف أخرى	c - (A & B) معاً
٣٤- دور الآليات التسويقية لحماية المستهلك .....	a - تفعيل اساليب توعية المستهلك عن طريق الارشاد والتوجيه بما يكفل حمايته	b - انزام المنتجين او البائعين	c - ضرورة توفير الضمان للمستهلك
	c - تفعيل الرقابة الدقيقة من طرف الهيئات المختصة فيما يخص مخالفة الاسعار	d - جميع ما سبق	

٣٥- تعرف ..... بأنها مقابلة بين إيرادات الأسرة ونفقاتها خلال فترة معينة لمعرفة الفائض او العجز ودراسة البدائل المتاحة لاستثمار الفائض وتغطية العجز.	a - الادخار	b- التخزين	c- ميزانية الأسرة	d- لا شيء مما سبق
٣٦- الإيرادات المساعدة يقصد بها .....	a- الأجور والرواتب الدورية	b- الحوافز والمكافآت	c- الاعانات والهبات	d- لا شيء مما سبق
٣٧- النفقات الواجبة يقصد بها .....	a- نفقات حفظ النفس كنفقات المأكل والمشرب والملبس	b- الصدقات التطوعية	c- النفقات علي الزوجة والاولاد	d- نفقات الولائم والحفلات
٣٨- العجز النقدي يقصد به .....	a- زيادة الإيرادات علي النفقات	b- زيادة النفقات علي الإيرادات	c- المدخرات	d- لا شيء مما سبق
٣٩- يمكن للأسرة ترشيد الاستهلاك عن طريق .....	a- ترشيد استهلاك المياه	b- ترشيد استهلاك الاثاث	c- ترشيد استهلاك الكهرباء	d- جميع ما سبق
٤٠- شراء سلع لم تكن في ذهن المشتري قبل دخول المتجر يعرف بأنه .....	a- شراء تبذيري	b- شراء نزوي	c- شراء استهلاكي	d- شراء ادخاري

٤٠ درجة

## السؤال الثاني:

ضع علامة (T) أمام العبارة الصحيحة، وعلامة (F) أمام العبارة الخاطئة:

( )	١- تتأثر الكمية المطلوبة من قبل المستهلك بالتغيرات التي تحصل في دخله أيضا. فإذا ارتفع دخل المستهلك فان ذلك سيدفعه إلى أن يوسع من إنفاقه.
( )	٢- تعد الندرة النسبية جوهر المشكلة الاقتصادية والمقصود بالندرة النسبية، ندرة وسائل الإشباع بالنسبة للحاجات.
( )	٣- السلع الاقتصادية هي السلع التي تكون في وقت معين ومكان معين متوفرة بكميات غير محددة مثل (الهواء والماء وضوء الشمس "في ظروف معينة).
( )	٤- تقسيم الفعاليات الاقتصادية إلى أربع فعاليات هي الانتاج والخدمات والثروة والتبادل.
( )	٥- الكمية المطلوبة تتأثر بتغير السعر العائد للسلعة نفسها و لا تتأثر بغير ذلك من المتغيرات الأخرى.
( )	٦- هدف علم الاقتصاد هو محاولة تفسير حدوث الظاهرة الاقتصادية وبالتالي التنبؤ بما ستكون عليه مستقبلاً.
( )	٧- تبدأ عملية الشراء بإدراك المستهلك لوجود حاجة غير مشبعة لديه، أو مواجهته لمشكلة معينة.
( )	٨- يمكن للمستهلك أن يحصل على المعلومات التي يبحث عنها من العديد من المصادر مثل:- المصادر الشخصية (الأسرة، والأصدقاء، والجيران، والمعارف).
( )	٩- تنشيط المبيعات هي الأشياء المتنوعة التي تحتوي على مجموعة من الأدوات المحفزة والتي صممت لأن يكون تأثيرها سريع وقصير الأمد

( )	١٠- بالظروف الاعتيادية كلما ارتفع السعر لسعة معينة انخفضت الكمية المطلوبة منها والعكس بالعكس.
( )	١١- السلع البديلة هي السلع التي يجب شراؤها جنبا الى جنب مع السلع الأخرى ،مثلا استخدام السيارة بدون البنزين.
( )	١٢- التجارة الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والمعاملات مع جميع أصحاب المصلحة في المؤسسة.
( )	١٣- الإعلان الاقليمي وهو الإعلان الذي يتم بثه من خلال وسائل الاعلام المختلفة للمستهلكين المتواجدين على مستوى الدولة بالكامل
( )	١٤- الاعلان هو الاتصال غير المباشر وغير الشخصي لنقل الرسالة البيعية إلى المشتري عن طريق وسائل غير مملوكة للمؤسسة مقابل أجر معين مع الإفصاح عن شخصية المعلن.
( )	١٥- البيع الشخصي هو الاتصالات الترويجية التي يتم نقلها إلى المشتري بواسطة موظف أو وكيل عن المنشأة غالبا في علاقة وجه لوجه ويطلق عليه رجل البيع
( )	١٦- من أهمية التجارة الالكترونية تسويق اكثر فعالية وارباح اكثر.
( )	١٧- من متطلبات البنية التحتية الإلكترونية شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات من فاكس وهواتف ثابتة ومتنقلة.
( )	١٨- خدمات الكترونية دائمة هي خدمات يتم تقديمها بشكل مستمر عبر الموقع الالكتروني مثل استخدام البريد الالكتروني لربط العملاء مع ادارة الموقع الالكتروني .
( )	١٩- نظام اقتصاد السوق ( الحر ) هو نظام يسعى لتحقيق الأهداف الاقتصادية المحددة من خلال الملكية الخاصة و حرية الاقتصاد الفردي و المنافسة و حافز الربح و نظام سعر السوق.
( )	٢٠- خدمات الكترونية حسب الحاجة: غالبا ما يكون هذا النوع من الخدمات بعد اتمام عملية الشراء مثل المعلومات حول طرق وشروط الشحن.
( )	٢١- الطبقة الاجتماعية يتم تحديدها من خلال عامل واحد فقط وهو الدخل .
( )	٢٢- السلوك الشرائي المعقد يحدث عندما يواجه المستهلك قرارات شرائية ذات تأثير وتغلغل نفسي مرتفع .
( )	٢٣- تصنف الثقافة من العوامل الاجتماعية التي تؤثر علي سلوك المستهلك .
( )	٢٤- تتضمن عملية اتخاذ قرار الشراء ثلاث خطوات متتالية هي ادراك وجود مشكلة ، البحث عن معلومات ، تقييم البدائل
( )	٢٥- تنطوي الاتجاهات علي ثلاثة مكونات هامة تنشأ بصورة متتابعة وهما: المكون المعرفي، المكون الشعوري، المكون السلوكي.
( )	٢٦- تصنف الدوافع المرتبطة بسلوك المستهلك " علي أساس درجة الموضوعية في اتخاذ قرار الشراء " الي: دوافع رشيدة ودوافع عاطفية .
( )	٢٧- تعرف المخاطر المادية المدركة بأنها خوف المستهلك من احتمال حدوث خسارة مالية اذا قام بشراء المنتج وقد يكون ذلك راجعا لارتفاع سعر المنتج او وجود بدائل اخري متاحة بسعر أقل .
( )	٢٨- تنقسم ابعاد حماية المستهلك الي خمسة أبعاد .
( )	٢٩- يعتبر "الأفراد" من ضمن الاطراف المسؤولة عن حماية المستهلك .

( )	٣٠- يعد دور رقابة الجودة في حماية المستهلك هو فحص السلع المنتجة محليا او المستوردة ومحاربة الاحتكار .
( )	٣١- تعتبر "التعبئة والتغليف" من مجالات الاخلال بحماية المستهلك .
( )	٣٢- تقوم الاجهزة الاشرافية والرقابية بحماية المستهلك ووضع وصياغة القرارات التي تكفل حماية المستهلك واجراءاتها الخاصة في حالة حدوث اخلال بهذه الحماية.
( )	٣٣- قد يعتمد بعض المنتجين الي الاخلال بحماية المستهلك عن طريق مواصفات المنتجات من وزن ولون وشكل ..... الخ.
( )	٣٤- يحق للمستهلك في سماع رأيه فيما يخص المنتجات المعروضة خاصة اذا كانت معرضة لاحتمال التقادم والتلف .
( )	٣٥- تعد البطاقة الارشادية قناة توعوية وارشادية اقتصادية غذائية جيدة .
( )	٣٦- ان الاعلان يعد مسئولا الي حد كبير عن تكوين العادات الشرائية الخاطئة .
( )	٣٧- تعرف القاعدة الواقعية " التي تستخدم لجعل ميزانية الأسرة فعالة ورشيده" بأنها عبارة عن وضع خطة لميزانية الأسرة لفترة زمنية محددة فقد تكون شهرية او سنوية .
( )	٣٨- تتمثل عناصر ميزانية الأسرة في بندان رئيسيان هما الايرادات والنفقات .
( )	٣٩-المستهلك الرشيد هو الذي يراعي الاعتدال في أكله ومشربه وملبسه واستخدامه للكهرباء والماء حمايه لنفسه وأسرته.
( )	٤٠-الفائض النقدي يمكن استثماره بعمل قرض حسن.

#### انتهت الأسئلة

مع تمنياتنا بالنجاح والتوفيق  
اسماء السادة اعضاء لجنة الامتحان

الاسم	التوقيع	الاسم	التوقيع
د/سارة عبد الكريم القليني		أ.د/ شريف محمد عطية حورية	
د/ آية عبدالشافي علي أبو سليم		أ.م.د/ نهى عبدالستار عبدالمحسن مصطفى	