

Αρχές Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων

ΟΜΑΔΑ Α

Στις παρακάτω προτάσεις, από **A.1** μέχρι και **A.7**, 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 Το management αποτελεί τη βασική προϋπόθεση για την αποτελεσματική αξιοποίηση των πόρων που διαθέτει μία επιχείρηση για την επίτευξη των στόχων της.

(Μονάδες 5)

A.2 Οι βασικές έννοιες και αρχές του management ισχύουν σε όλες τις χώρες.

(Μονάδες 5)

A.3 Η πολιτική της προώθησης εφαρμόζεται και σε μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις.

(Μονάδες 5)

A.4 Για μια επιχείρηση είναι αποδοτικό να διαθέτει χρηματικά κεφάλαια στο ταμείο της.

(Μονάδες 5)

A.5 Η λειτουργία της παραγωγής δημιουργεί χρησιμότητα ή αυξάνει την υπάρχουσα χρησιμότητα των αγαθών και των υπηρεσιών για τους καταναλωτές.

(Μονάδες 5)

A.6 Έχει διαπιστωθεί ότι όλοι οι ηγέτες έχουν κοινά χαρακτηριστικά προσωπικότητας.

(Μονάδες 5)

A.7 Ο Max Weber θεωρεί ως δύναμη την ικανότητα που έχει ο άνθρωπος να αλλάζει τη σκέψη, τις ιδέες, τις ενέργειες και τη συμπεριφορά ενός άλλου ανθρώπου.

(Μονάδες 5)

Στις παρακάτω προτάσεις από **A.8** μέχρι και **A.9**, να γράψετε στο τετράδιό σας τον αριθμό της πρότασης και δίπλα του το γράμμα που αντιστοιχεί στη σωστή απάντηση.

A.8 Η άποψη ότι «αν οι επιχειρήσεις επέτρεπαν στους εργαζόμενους να έχουν ενεργό συμμετοχή σε θέματα που αφορούσαν τις συνθήκες και τις μεθόδους εργασίας, τότε το ηθικό τους θα βελτιωνόταν και θα έδειχναν μεγαλύτερη προθυμία για συνεργασία» διατυπώθηκε από:

- α. τον Henri Fayol
- β. τον Max Weber
- γ. τον Gantt
- δ. τους Elton Mayo και F.Roethlisberger

(Μονάδες 5)

A.9 Η πληροφόρηση των πελατών σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία που διατίθενται στην αγορά αποτελεί αντικείμενο της λειτουργίας του «μίγματος marketing» και πιο συγκεκριμένα της μεταβλητής:

- α. του προϊόντος
- β. της τιμής
- γ. της διανομής
- δ. της προώθησης

(Μονάδες 5)

A.10 Δώστε τον ορισμό του management που συμβάλλει ουσιαστικότερα στην κατανόηση της έννοιάς του.

(Μονάδες 5)

ΟΜΑΔΑ Β

B.1 Τι προϋποθέτει η αποτελεσματική άσκηση των λειτουργιών του management ; (Να μη δώσετε παράδειγμα)

(Μονάδες 20)

B.2

α. Τι περιλαμβάνει η έννοια «προϊόν» ;

(Μονάδες 5)

β. Πώς συνδέεται το προϊόν με τα άλλα συστατικά του μίγματος marketing προκειμένου να διαμορφωθεί η «εικόνα του προϊόντος» ;

(Μονάδες 5)

γ. Ποια είναι τα κύρια στάδια εξέλιξης κάθε προϊόντος;

(Μονάδες 5)

B.3

α. Σε ποιους παράγοντες πρέπει να προσαρμόζεται το πρότυπο ηγεσίας ;

(Μονάδες 9)

β. Τι ορίζεται ως εργασιακή «ωριμότητα» ;

(Μονάδες 6)

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΟΜΑΔΑ Α

A.1 – Σωστό

A.5 – Σωστό

A.2 – Σωστό

A.6 – Λάθος

A.3 – Σωστό

A.7 – Λάθος

A.4 – Λάθος

A.8 – δ

A.9 – δ

A.10 – Σελίδα 56 : « Ο ορισμός ...οι στόχοι τους».

ΟΜΑΔΑ Β

B.1 Σελίδα 61 : παράγραφος 2.1.2.4 (χωρίς το παράδειγμα)

B.2

α) Σελίδες 65 – 66: «Οι επιχειρήσεις ...καταναλωτών»

β) Σελίδα 66 : « κάθε προϊόν...καταναλωτές».

γ) Σελίδα 66 : «Τα προϊόντα...απαξίωσή του»

B.3

α) Σελίδα 127

β) Σελίδα 127

**Επιμέλεια: Ζαρμπούνη Έμμη, Οικονομολόγος
Παπανικολάου Γιώργος, Οικονομολόγος**