

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΣΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ**

ΓΡΑΠΤΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΤΡΑΜΗΝΩΝ 2020-21

Β΄ ΤΑΞΗΣ ΛΥΚΕΙΟΥ

ΠΕΜΠΤΗ 27 ΜΑΪΟΥ 2021

**ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Β΄ ΛΥΚΕΙΟΥ
(Α΄ ΣΕΙΡΑ)**

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: Β054

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ

ΕΞΙ (6) ΣΕΛΙΔΕΣ

ΕΡΩΤΗΣΗ Α

1. 1.1. (δ)
- 1.2. (α)
- 1.3. (γ)
- 1.4. (γ)
- 1.5. (β)

1.3 Στόχοι της Οργάνωσης, σελ. 14-15

9.2 Λειτουργίες της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΔΑΔ), σελ. 143

2.1 Οικονομικοί Οργανισμοί και Επιχειρήσεις, σελ. 29

4.3 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), σελ. 78

6.5 Το Μείγμα Μάρκετινγκ - Marketing mix, σελ. 110

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

2. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) μπορεί (οποιαδήποτε δύο από τα πιο κάτω):
 - να ενισχύει την εμπιστοσύνη και τις θετικές στάσεις όλων των ομάδων ενδιαφερομένων που αποτελούν προϋποθέσεις για αμοιβαία κατανόηση και συνεργασία προς αμοιβαίο όφελος
 - να ενισχύει την εικόνα της επιχείρησης στο κοινωνικό περιβάλλον και στην «κοινή γνώμη»
 - να αυξάνει την αξία των μετοχών της επιχείρησης
 - τα στελέχη να επικοινωνούν, ενημερώνονται και κατανοούν καλύτερα τις διεργασίες και τις τάσεις του περιβάλλοντος, προσαρμόζονται έγκαιρα στις αλλαγές
 - να ενισχύεται η ικανοποίηση, η δέσμευση και η αφοσίωση των εργαζομένων και των πελατών.

4.3. Κοινωνική Ευθύνη της επιχείρησης, σελ. 78-79

(2x2,5 Μον.=Μονάδες 5)

3. Α: Εργασία, Πρώτες ύλες, Επιδεξιότητες.
Β: Υπηρεσίες, Προϊόντα.

1.5.2 Στοιχεία του Συστήματος, σελ. 18-19

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

4. α) Οι τέσσερις μεταβλητές του μείγματος μάρκετινγκ είναι η τιμή, η προώθηση, το προϊόν και η διανομή.

(4x1,25 Μον.=Μονάδες 5)

β) Παραδείγματα εργαλείων που χρησιμοποιούνται στο μείγμα προώθησης είναι (πέντε από): η διαφήμιση, η προβολή, οι διάφορες εκθέσεις, οι προσωπικές πωλήσεις, η προώθηση των πωλήσεων, οι εκπτώσεις, οι προσφορές, οι αμοιβές των πωλητών, οι δημόσιες σχέσεις, η δημοσιότητα του προϊόντος.

6.5 Το Μείγμα Μάρκετινγκ - Marketing mix, σελ. 108, 113

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

(Σύνολο Μονάδων 25)

ΕΡΩΤΗΣΗ Β

1. (α) (3)
(β) (5)
(γ) (1)
(δ) (6)
(ε) (2)

1.5.3 Χαρακτηριστικά των Συστημάτων, σελ. 19-21

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

2. (α) Λάθος
(β) Ορθό
(γ) Ορθό
(δ) Ορθό
(ε) Λάθος

1.1 Έννοια της Οργάνωσης, σελ. 9

6.5 Το Μείγμα Μάρκετινγκ - Marketing mix, σελ. 109

3.3 Από την Επιχειρηματική Ιδέα στην Ανάπτυξη της Επιχειρ. Δραστηριότητας, σελ. 59

1.4 Τύποι Οργανώσεων, σελ. 16

6.7 Διοίκηση Πωλήσεων – Εισαγωγή, σελ. 117

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

3. Τα στάδια επιχειρηματικής ευκαιρίας είναι (με σειρά προτεραιότητας):

1^ο Στάδιο της αναγνώρισης της ευκαιρίας

2^ο Στάδιο της δημιουργίας της ευκαιρίας

3^ο Στάδιο της ανάπτυξης της ευκαιρίας

4^ο Στάδιο της αξιολόγησης της ευκαιρίας

3.1 Έννοια και Στάδια της Επιχειρηματικής Ευκαιρίας, σελ. 49

(4x1+1 σειρά προτεραιότητας=Μονάδες 5)

4. Στοιχεία επιχείρησης (οποιαδήποτε τρία από τα πιο κάτω):

α) Περιουσιακή αυτοτέλεια

β) Οργάνωση

γ) Επιδίωξη του κέρδους

δ) Επαναλαμβανόμενο κέρδος

ε) Επιχειρηματικός κίνδυνος

στ) Ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών ή πελατών του τμήματος της αγοράς που έχει επιλέξει να ικανοποιήσει

2.2.2 Στοιχεία Επιχείρησης, σελ. 31

(4x1,25 Μον.=Μονάδες 5)

5. (α) Πελάτες
(β) Κοινωνία
(γ) Εργαζόμενοι
(δ) Εργαζόμενοι
(ε) Κοινωνία

4.3 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), σελ. 77-78

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

(Σύνολο Μονάδων 25)

ΕΡΩΤΗΣΗ Γ

1. (α) (3)
(β) (1)
(γ) (4)
(δ) (2)

7.2 Περιεχόμενο της Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας, σελ. 124-126

(4x2,5 Μον.=Μονάδες 10)

2. Σύστημα είναι το σύνολο των στοιχείων και των μερών, τα οποία συνδέονται μεταξύ τους με σχέσεις αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης και αποτελούν μια ολότητα.

1.5.1 Η έννοια του Συστήματος, σελ. 17

(3x1 Μον.=Μονάδες 3)

Στοιχεία συστήματος (οποιαδήποτε δύο από τα πιο κάτω):

- Μέρη - Υποσυστήματα
- Σύνορα του συστήματος
- Εισροές του συστήματος
- Διαδικασία Επεξεργασίας - Μετασχηματισμού
- Εκροές του συστήματος
- Μηχανισμός ανατροφοδότησης - Ελέγχου (feedback)

1.5.2 Στοιχεία του Συστήματος, σελ. 17-19

(2x1 Μον.=Μονάδες 2)

3. Στοιχεία εσωτερικού περιβάλλοντος (οποιαδήποτε πέντε από τα πιο κάτω): Πελάτες, Καταναλωτές, Προμηθευτές, Εργαζόμενοι, Συνδικαλιστική ένωση, Κουλτούρα της επιχείρησης, Πιστωτές, Χρηματοδότες, Μέτοχοι, Συνεργάτες, Ανταγωνιστές, Τράπεζες, Οικονομικοί οργανισμοί με τους οποίους συναλλάσσεται η επιχείρηση και την οποία επηρεάζουν.

2.9 Η Επιχείρηση και το Περιβάλλον της, σελ. 36

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

4. (α) Οικονομικό περιβάλλον
(β) Πολιτισμικό περιβάλλον
(γ) Νομικό περιβάλλον
(δ) Κοινωνικό περιβάλλον
(ε) Τεχνολογικό περιβάλλον

2.9 Η Επιχείρηση και το Περιβάλλον της, σελ. 36-37

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

(Σύνολο Μονάδων 25)

ΕΡΩΤΗΣΗ Δ

1. (α) Ευκαιρία
(β) Απειλή
(γ) Ευκαιρία
(δ) Απειλή
(ε) Απειλή

3.1 Έννοια και Στάδια της Επιχειρηματικής Ευκαιρίας, σελ. 48

(5x1 Μον.=Μονάδες 5)

2. (α) (3) (7)
(β) (1) (4)
(γ) (2) (8)
(δ) (5) (6)

10.3 Λειτουργίες της Οργάνωσης και Διοίκησης – Μάνατζμεντ, σελ. 158-159

(8x1,25 Μον.=Μονάδες 10)

3. Οι συντελεστές του μάνατζμεντ είναι (δύο από):

1) Γνώσεις (**να ξέρουν**): Τα διοικητικά στελέχη **να γνωρίζουν** έννοιες, αρχές, μεθόδους, τεχνικές του μάνατζμεντ και των λειτουργιών του, **να έχουν γνώσεις** που αφορούν τον τομέα της ευθύνης τους στην επιχείρηση, τις λειτουργίες της επιχείρησης καθώς και το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί η επιχείρηση.

2) Διοικητικές ικανότητες (**να μπορούν**): Τα διοικητικά στελέχη **να εφαρμόζουν** τη γνώση του μάνατζμεντ στην πράξη, να μπορούν **να υλοποιούν αποφάσεις**, να αναπτύσσουν καινοτομίες, να ενθαρρύνουν και να υποκινούν τους υφισταμένους τους, να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά την τεχνολογία.

3) Ύπαρξη φιλοσοφίας ή κουλτούρας (**να θέλουν**): Τα διοικητικά στελέχη να έχουν ήθος, αξίες, αρχές και τη νοοτροπία ότι το μάνατζμεντ είναι αναγκαίο να εφαρμόζεται στις επιχειρήσεις και στους οργανισμούς.

4) **Διοικητικά συστήματα ή «εργαλεία» διοίκησης**: Να υπάρχει σύστημα αμοιβών, σύστημα αξιολόγησης της εργασίας του προσωπικού, σύστημα ελέγχου του χρόνου εργασίας του προσωπικού, σύστημα προγραμματισμού, σύστημα επικοινωνίας.

(Αποδεκτή και άλλη επεξήγηση ή λέξεις - κλειδιά)

10.4 Συντελεστές του Μάνατζμεντ, σελ. 160-161

(2x2,5 Μον.=Μονάδες 5)

4. Η Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού είναι ένας κλάδος της Διοίκησης των Επιχειρήσεων, ο οποίος ερευνά και ασχολείται με όλα τα θέματα που αφορούν τη διαχείριση του προσωπικού μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.

Σκοπός της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού είναι να εξασφαλίσει για την επιχείρηση τα κατάλληλα άτομα από άποψη ποιότητας και ποσότητας και να πετύχει την αποτελεσματική χρήση και αξιοποίηση τους.

9.1 Βασικές έννοιες – Ορισμοί, σελ. 140

(2x2,5 Μον.=Μονάδες 5)

(Σύνολο Μονάδων 25)

(Γενικό Σύνολο Μονάδων 100)