

نام و نام خانوادگی:		نام آزمون: پایان نوبت دوم
نام درس: کارگاه کار آفرینی و تولید		زمان: ۷۵ دقیقه
پایه تحصیلی: یازدهم (ریاضی / تجربی / انسانی)		تاریخ برگزاری آزمون: ۱۴۰۴/۰۲/۲۴
برنام خداوند جان و خرد علوی مؤسسه علمی آموزشی علوی		
ردیف	پایهنامه کارگاه کار آفرینی و تولید پایه یازدهم	
۱	الف) درست (بخش ۳۲) ب) نادرست (بخش ۱۷) پ) نادرست (بخش ۱۹) ت) درست (بخش ۲۹) (هر مورد ۰/۵ نمره)	
۲	الف) انتخاب درست شغل آینده (۰/۵ نمره) (بخش ۷) ب) طراحی روش اجرای کار (۰/۵ نمره) (بخش ۳۱) پ) مقطوع (۰/۲۵ نمره) - پویا (۰/۲۵ نمره) (بخش ۲۳) ت) بازار یابی (۰/۵ نمره) (بخش ۳۰) ث) مسئله یابی (۰/۵ نمره) (بخش ۴)	
۳	الف) عنوان کسب و کار - برنامه مالی - خلاصه اجرایی - برنامه تولیدی (۲ نمره) (بخش ۲۸) ب) به مقدار درآمدی که از فروش محصول / خدمت در چند سال آینده کسب و کار می توان به دست آورد، پیش بینی درآمد گفته می شود. این مقدار به هزینه های انجام شده و حجم فروش بستگی دارد. (۱ نمره) (بخش ۳۲) پ) به تمامی فعالیت های تولیدی، خدماتی، خرید و فروش کالاها با هدف سودآوری، کسب و کار گویند. (۱ نمره) (بخش ۱۸) ت) استعداد عبارت از توانایی و میل طبیعی افراد به فعالیت خاصی است. (۰/۵ نمره) (بخش ۹)	
۴	الف) شخصی - شریکی (بخش ۳۱) ب) شناسایی دقیق نیاز مشتری و انتظاراتش (بخش ۲۲) پ) شامل توسعه ارتباطات، شبکه سازی، همکاری، اعتماد، همدلی و مشارکت است. (بخش ۲۴) ت) متعهد نبودن به برنامه ها - بی اعتمادی میان اعضا - نداشتن روابط صحیح - بی توجهی به اهداف تیم. (بخش ۳) (هر مورد ۰/۵ نمره)	
۵	الف) برخی مدل های کسب و کار کمتر به هزینه توجه می کنند، در عوض بر خلق ارزش متمرکز هستند. به دنبال ارزش پیشنهادی مرغوب و خدمات اختصاصی سطح بالا برای مشتریان هستند. هتل های تجملی با امکانات خاص و شیک، خدمات و اختصاصی ارائه می دهند. (۲ نمره) (بخش ۲۷) ب) بررسی مشتریان - بررسی رقیبان (۱ نمره) (بخش ۳۰) پ) مالی بازار - منابع انسانی - تولید مشخص (۱/۵ نمره) (بخش ۲۹) ت) هزینه های ثابت: هزینه هایی هستند که هیچ ارتباطی با مقدار محصول تولید شده ندارند، مانند هزینه های اجاره ساختمان و ... هزینه های متغیر: هزینه هایی هستند که با مقدار محصول تولید شده ارتباط دارند و با تغییر مقدار تولید، تغییر می یابند، مانند مواد اولیه برای تولید. (۲ نمره) (بخش ۳۱) ث) کاهش خطر - کاهش سرشکن هزینه تولید - کسب منابع و فعالیت های خاص (۱/۵ نمره) (بخش ۲۶) ج) ارائه راهکارهای جدید برای مسائل خاص هر مشتری به صورت مجزا است. مانند شرکت های مشاوره ای و بیمارستان ها که در برطرف کردن مشکلات افراد، خدمات مشاوره ای ارائه می دهند. (۱ نمره) (بخش ۲۵)	