|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | | صفحه: | |  |  |  | Image00001.jpg |  |  |  |  |  |  | بسمه تعالی | | |
|  | 1300/00/00 | | تاریخ امتحان: | |  |  |  |  |  |  | **نام درس: مدیریت تولید - پودمان 3** | | | | |  |
|  |  |  | وزارت آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران | | |  |  |  |
|  | 00:00 | | ساعت امتحان: | |  |  |  |  |  | **نام ونام خانوادگی:** | | | |  |
|  | 30 دقیقه | | مدت امتحان: | |  | **اداره آموزش و پرورش شهرستان تایباد** | | | | | **رشته: ساختمان** | | | | | |  |
|  | فاضلی | | دبیر مربوطه: | |  | **هنرستان امام علی (ع)** | | | | | **پایه: یازدهم** | | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **بارم** | | **سوالات** | | | | | | | | | | | | | | **ردیف** | |
| **1** | | **رشد تدریجی محصول برای پیشرفته تر شدن، قدرتمندتر شدن یا تغییر بنیادین را ............ گویند.**  **1) پیشرفت فناوری 2) توسعه محصول 3) تنوع محصول 4) رشد تکنولوژی** | | | | | | | | | | | | | | **1** | |
| **1** | | **کدام یک از منابع اصلی لازم برای ایده پردازی نیست؟**  **1) پرس و جو از متخصصان 2) کسب نظر مشتریان 3) مهندسی معکوس 4) پژوهش در مورد محصول** | | | | | | | | | | | | | | **2** | |
| **1** | | **در این تکنیک ایده پردازی، گروهی که استعداد ایده پردازی دارند، دور هم جمع می‌شوند و به ارائه ایده‌های جدید می‌پردازند. هر چند در برخی موارد ممکن است برخی از ایده‌ها نامناسب و پیاده سازی آن‌ها ناممکن باشد.**  **1) روش طوفان مغزی 2) روش 5 چرا؟**  **3) تکنیک گوردون 4) روش دیکشنری** | | | | | | | | | | | | | | **3** | |
|
| **1** | | **مراحل روش طوفان مغزی به ترتیب کدام است؟**    **1) مرحله اول: هدایت گفت و گو مرحله دوم: معرفی مشکل (مسئله) مرحله سوم: آماده سازی گروه**    **2) مرحله اول: معرفی مشکل (مسئله) مرحله دوم: هدایت گفت و گو مرحله سوم: آماده سازی گروه**    **3) مرحله اول: آماده سازی گروه مرحله دوم: هدایت گفت و گو مرحله سوم: معرفی مشکل (مسئله)**    **4) مرحله اول: آماده سازی گروه مرحله دوم: معرفی مشکل (مسئله) مرحله سوم: هدایت گفت و گو** | | | | | | | | | | | | | | **4** | |
|
|
| **1** | | **تکنیک ایده پردازی که در آن با ریشه یابی و بررسی دلیل مشکل، به حل مشکل می‌رسیم:**    **1) تکنیک طوفان مغزی 2) تکنیک 5 چرا؟**  **3) تکنیک گالری 4) تکنیک استخوان ماهی** | | | | | | | | | | | | | | **5** | |
|
| **1** | | **بررسی شرایط انجام پذیر بودن تولید یا توسعه یک محصول و یا اجرای یک ایده را ........... گویند.**    **1) غربالگری ایده‌ها 2) تحقیقات بازار 3) امکان سنجی 4) ایده پردازی** | | | | | | | | | | | | | | **6** | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **1** | | **کدام امکان سنجی در تولید محصول یا اجرای یک ایده باید انجام شود؟**    **1) امکان سنجی بازار 2) امکان سنجی فنی**  **3) امکان سنجی اقتصادی 4) همه موارد** | | | | | | | | | | | | | | **7** | |
|
|
| **1** | | **کدام یک از عوامل زیر جزء، عوامل اصلی تاثیر گذار بر بازاریابی (آمیخته بازاریابی) نیست؟**    **1) قیمت 2) مکان عرضه 3) روش‌های تولید 4) محصول** | | | | | | | | | | | | | | **8** | |
| **1** | | **کلیۀ اقداماتی که سازمان برای افزایش میزان خرید یک یا همه گروه‌های هدف شامل واسطه‌های فروش و مصرف کنندگان نهایی به کار می‌گیرد:**    **1) ترویج (Promotion) 2) مکان عرضه (Place)**    **3) قیمت (Price) 4) محصول (Product)** | | | | | | | | | | | | | | **9** | |
|
| **1** | | **بررسی ابعاد مختلف فنی طرح، از جمله دانش فنی مورد استفاده، شرح روش و فرايند توليد، ظرفیت، محل اجرا، ماشین آلات و تجهیزات و تأسيسات مورد نیاز، محاسبه مواد اولیه مورد نياز، نيروی انسانی، زمان بندی اجرای طرح و ساير اطلاعات فنی از فعالیت‌ها و نتایج کدام امکان سنجی می‌باشد؟**    **1) بازار سنجی 2) امکان سنجی فنی**  **3) امکان سنجی مالی و اقتصادی 4) امکان سنجی بازار** | | | | | | | | | | | | | | **10** | |
|
|
| **1** | | **نمونه‌های اولیه ممکن است در طی مراحل مختلف طراحی و تولید به منظور دست یافتن به یک محصول نهایی و موردنظر مصرف کنندگان که حاضر به پرداخت وجه و خرید آن باشند، تغییرات زیادی را داشته باشند این موضوع مربوط به کدام مرحله از توسعه می‌باشد؟**    **1) غربالگری ایده‌ها 2) توسعه مفهوم 3) ایده پردازی 4) آزمون** | | | | | | | | | | | | | | **11** | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **1** | | **کدام گزینه در مورد تفاوت مرحله اعتبار سنجی ایده‌ها و مرحله آزمون درست نیست؟**    **1) مرحله اعتبار سنجی توسط متخصص انجام می‌شود ولی آزمون توسط مشتریان**    **2) در مرحله اعتبارسنجی متخصصان به دنبال یافتن بهترین ایده‌ها می‌باشند ولی در آزمون نمونه مربوط به ایده انتخابی مورد آزمون قرار می‌گیرد.**    **3) اعتبار سنجی ایده‌ها و راهکارها با آزمون یکی می‌باشد و تفاوتی ندارد.**    **4) اعتبار سنجی قبل از طراحی و تولید نمونه می‌باشد ولی آزمون بعد از تولید یک نمونه اولیه انجام می‌شود** | | | | | | | | | | | | | | **12** | |
|
|
| **1** | | **مرحله بعد از آزمون در فرآیند توسعه محصول جدید، کدام است؟**    **1) تحلیل آزمون و کشف بازار اولیه 2) تولید انبوه محصول**  **3) تولید آزمایشی محصول 4) معرفی به بازار و تجاری سازی** | | | | | | | | | | | | | | **13** | |
|
| **1** | | **دانش مربوط به محصول، فرايند و سازمان توليد كه برای توليد كالا و خدمات می‌تواند به كار گرفته شود:**  **1) علم و دانش 2) مدیریت تولید**  **3) تولید انبوه 4) فناوری و تکنولوژی** | | | | | | | | | | | | | | **14** | |
|
| **1** | | **اولین مرحله از توسعه محصول جدید:**  **1) کشف و شناسائی ایده 2) غربالگری ایده‌ها**  **3) طراحی محصول 4) مدل سازی محصول** | | | | | | | | | | | | | | **15** | |
|
| **5** | | **شرکت در فعالیت های کلاسی - حضور منظم در کلاس حضوری و مجازی - ارسال به موقع تکالیف-** | | | | | | | | | | | | | | **16** | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **20** | | **جمع بارم:** | | **با آرزوی موفقیت برای شما** | | | | | | | | | | **تعداد سوالات: 16** | | | |