

- (1) قناة الاتصال هي:
- (أ) وسيلة تضمن عدم الانحراف في المعنى.  
 (ب) وسيلة يعبر من خلالها عن الاشارات.  
 (ج) وسيلة يتم عبرها بث الرسالة.  
 (د) وسيلة للتعرض للتشويش والتأثير.
- (2) يقاس مستوى أداء العملية الاتصالية و مدى تحقيق الغايل و الفهم المتبادل من خلال:
- (أ) الترميز.  
 (ب) التغذية الراجعة.  
 (ج) مسار الرسالة.  
 (د) التأثير للرسالة.
- (3) من أنواع الاتصالات حسب المسار:
- (أ) اتصالات إدارية.  
 (ب) اتصالات تنظيمية.  
 (ج) اتصالات وظيفية.  
 (د) اتصالات صاعدة.
- (4) من مبررات الاصغاء الجيد:
- (أ) تقليل تكلفة الاتصال.  
 (ب) توضيح موضوع الرسالة.  
 (ج) فهم الآخرين بشكل أفضل.  
 (د) استثمار الوقت المتاح للاتصال.
- (5) الاتصال في منظمات الأعمال:
- (أ) عملية إجتماعية تبادلية.  
 (ب) عملية إقتصادية مالية.  
 (ج) عملية تنظيمية سلوكية.  
 (د) عملية تقنية معرفية.
- (6) من خصائص الرسالة الفعالة:
- (أ) إظهار الغضب.  
 (ب) حسن النوايا.  
 (ج) مخاطبة الحواس.  
 (د) عبارات المجاملة.
- (7) يتمثل دور المدير في تحسين فعالية الاتصال بالمنظمة في:
- (أ) الإكثار من إصدار الأوامر للآخرين.  
 (ب) القدرة على التحكم الحركي.  
 (ج) تجنب كتابة المذكرات.  
 (د) القدرة على الإصغاء و الإستماع.
- (8) من الطرق المستخدمة في التأكيد على معلومة معينة:
- (أ) استخدام كلمات حيادية بصورة سليمة.  
 (ب) استخدام بنية قصيرة وبسيطة للجمل.  
 (ج) كتابة اسم الشخص بصورة صحيحة.  
 (د) استخدام الألقاب الوظيفية للمرسل إليهم.

- (10) من المتطلبات الواجب استيفائها لتحقيق التوافق والانسجام في الرسالة  
 (أ) أن تضمن الرسالة جميع النقاط و المتطلبات التي يطلبها المرسل  
 (ب) أن يتم تجنب التناقض و التعقيد و التكرار في الكتابة  
 (ج) الكتابة بأسلوب ودي و استخدام أسلوب التناقض و التكرار في الكتابة  
 (د) التسلسل و التناقض و التكرار و التوافق في الكتابة
- (11) يتطلب تنظيم معلومات الرسالة  
 (أ) تحديد الجمل و العبارات  
 (ب) تحديد الشخص المتلقي  
 (ج) تحديد الأفكار المحورية  
 (د) تحديد الموضوع
- (12) جميع العناصر المذكورة هي من العناصر الثانوية التي يتم التمسك بها عند كتابة الرسالة  
 (أ) المراسلات السابقة  
 (ب) العهود و الإتفاقيات  
 (ج) الكتيبات و النشرات  
 (د) المقالات و الاستبيانات
- (13) تتم مراجعة الرسالة و تنقيحها من حيث:  
 (أ) التخطيط و الكتابة  
 (ب) المضمون و الموضوع  
 (ج) المصادر و المعلومات  
 (د) المسودة و المتن
- (14) تكتب الترويسة في:  
 (أ) أعلى اليسار أو وسط الصفحة  
 (ب) أدنى اليمين أو وسط الصفحة  
 (ج) أدنى اليسار أو وسط الصفحة  
 (د) أدنى هامش الصفحة
- (15) جميع الجوانب التالية يشملها متن الرسالة عدا واحد:  
 (أ) المعلومات  
 (ب) التحليل  
 (ج) المناقشة  
 (د) الهوامش
- (16) الجزء التالي هو آخر الأجزاء في الرسالة:  
 (أ) التحية الختامية  
 (ب) التوقيع  
 (ج) التاريخ  
 (د) الموضوع
- (17) يجب أن يراعى في المغلفات:  
 (أ) استعمال مواد بلاستيكية  
 (ب) طباعة اسم المرسل  
 (ج) استخدام الأختام  
 (د) استخدام الأختام

(17) من أنواع الرسائل الإيجابية، رسائل:

- (أ) الخصم.
- (ب) المناقشة.
- (ج) المقترحات.
- (د) التأديب.

(18) عند كتابة رسالة الاستفسار بصيغة الأسئلة، فإنه يفضل:

- (أ) تجاهل الأسئلة.
- (ب) تجاهل الأسطر.
- (ج) ترقيم الجمل.
- (د) ترقيم الأسئلة.

(19) رسائل الحيادية هي:

- (أ) رسائل تتضمن معلومات لا تعتبر سارة أو غير سارة للقارئ.
- (ب) رسالة تتضمن معلومات مفضلة لدى القارئ.
- (ج) رسالة تشمل على التوضيحات التي تناسب الحالة و التفاصيل الضرورية.
- (د) رسائل تتضمن عبارة واضحة عن الإجراء المرغوب القيام به.

(20) عند كتابة الرسائل السلبية يجب مراعاة:

- (أ) تجنب الإشارة إلى هيكل الشركة التنظيمي بدون توضيح السبب.
- (ب) تجنب الإشارة إلى إدارة الشركة بدون توضيح المهام.
- (ج) تجنب الإشارة إلى نظام العمل بدون توضيح الأسباب.
- (د) تجنب الإشارة إلى أنظمة و قوانين و سياسات الشركة بدون توضيح ذلك.

(21) من نماذج الرسائل السلبية:

- (أ) رسائل الإعراف بتسلم رسائل طلب بضاعة لا يمكن تنفيذها.
- (ب) رسائل البيع للسلع الأقل تكلفة.
- (ج) رسائل التحصيل التركزية لمواعيد سداد المستحقات.
- (د) رسائل دراسة وتحليل السلع المرسلة للأسواق.

(22) الرسائل الجوابية السلبية هي:

- (أ) رسائل روتينية ملحة و عاجلة لطلب سلعة معينة.
- (ب) رسائل تعريف للقارئ بالسلعة و مواصفاتها.
- (ج) رسائل رد على استفسار عن شخص أو جهة معينة.
- (د) كل ما ذكر خطأ.

(23) من الأجزاء الإختيارية في الرسالة:

- (أ) العنوان.
- (ب) الترويسة.
- (ج) المرفقات.
- (د) التحية.

(24) تعتبر الإشارة إلى الإتجاهات من لغة:

- (أ) اليدين.
- (ب) الإيماءات.
- (ج) الصوت.

(25) من العوائق التي تعيق  
(أ) إذا كان الطلب روتيني.  
(ب) إذا كان الغرض من الطلب للطلب.  
(ج) إذا كان الطلب غير روتيني.  
(د) كل ما ذكر صحيح.

(26) من أمثلة رسائل التخصيص:  
(أ) رسائل الرد على طلب منتج من السوق.  
(ب) رسائل التذكير بمواعيد استحقاق قسط شهري.  
(ج) رسائل طلب الشراء من الأسواق.  
(د) رسائل التذكير بمواعيد العروض الخاصة.

(27) تتبع أهمية رسائل البيع من الناحية:  
(أ) أقل تكلفة.  
(ب) أكثر دقة.  
(ج) تخضع للنشر بعات.  
(د) كل ما ذكر خطأ.

(28) يعتبر بناء شبكة واسعة من العلاقات من مقتضيات:  
(أ) المقابلة الفعالة للتوظيف.  
(ب) البحث الناجح عن الوظيفة.  
(ج) إجراءات التوظيف الفعالة.  
(د) إجراءات الاختيار و التعيين.

(29) من أنواع رسائل طلب التوظيف:  
(أ) رسالة إعلانية في الصحف.  
(ب) رسالة عمل إعلانية.  
(ج) رسالة توظيف بدون إعلان.  
(د) رسالة العقاد مؤتمر.

(30) من أنواع مقابلات التوظيف:  
(أ) المقابلات التطبيقية.  
(ب) المقابلات النقاشية.  
(ج) المقابلات الجماعية.  
(د) المقابلات الحوارية.

(31) يشتمل طلب التوظيف على:  
(أ) الرغبة في التوظيف و العمل.  
(ب) إثارة اهتمام صاحب العمل.  
(ج) بيان السيرة الذاتية للمتقدم.  
(د) تشجيع صاحب العمل على اتخاذ قرار ايجابي.

(32) من الجوانب التي تساعد على جذب انتباه صاحب العمل:  
(أ) إظهار المعرفة الجيدة بمتطلبات الوظيفة في الرسالة.  
(ب) توضيح الأهداف، و الطموحات، و التطلعات.  
(ج) إرفاق الطلب بشهادات الخبرة و رسائل التوصية.  
(د) كل ما ذكر صحيح.

- (33) من الاعتبارات الهامة عند كتابة طلب التوظيف:
- توضيح منبررات و أسباب اختيار المؤسسة و الرغبة في العمل بها.
  - امتلاك مقدم طلب التوظيف المعرفة الأكاديمية و العلمية الجيدة.
  - امتلاك مقدم طلب التوظيف المعرفة التقنية الحديثة.
  - امتلاك مقدم طلب التوظيف لخصائص في أحد مواقع التواصل الاجتماعي.
- (34) جميع الجوانب المذكورة من التوجيهات الهامة للكتابة الجيدة للسيرة الذاتية عند جانب واحد:
- أن تكون جذابة للنظر.
  - تجنب السيرة الطويلة.
  - تجنب الزخرفة و الإكثار من الألوان.
  - الإكثار من العناوين.
- (35) ضمن رسائل قبول عرض العمل:
- التعبير عن مبدأ القبول.
  - التعبير عن الحاجة للعرض المقدم.
  - التعبير عن الشكر لصاحب العمل.
  - التعبير عن تأكيد القبول.
- (36) تعتبر المتكررات الداخلية من أنواع:
- الاتصال الكتابي.
  - الاتصال الشفهي.
  - الاتصال الإعلامي.
  - الاتصال التعليمي.
- (37) تخدم المتكررات الداخلية أغراض شتى، من أمثلتها:
- طلبات العمل و التوظيف.
  - الإبلاغ عن الصراعات.
  - التعبير عن المعرفة.
  - التعبير عن المهارات.
- (38) يتفوت السلوب كتابية المتكررات الداخلية من مذكرة الى اخرى، ويتوقف على:
- طبيعة الرسالة.
  - ظروف كتابة الرسالة.
  - العلاقة بين المرسل و المستقبل.
  - كل ما ذكر صحيح.
- (39) يعرف التقرير بأنه:
- عرض حقائق و معلومات بصورة منظمة و موضوعية من أجل هدف معين يتعلق بالعمل.
  - محاولة تحقق الارتباط و التنسيق بين الوحدات و النشاطات المختلفة.
  - متكررة داخلية تحمل انباء و يترتب عليها رد فعل.
  - جزء من رسالة البيع يتضمن قيمة السلعة.
- (40) من مفردات الاتصال غير اللفظي:
- الاتصال الكتابي.
  - الإمضاءات و الكلمات.
  - المتكررات و الاستفسارات.

- 441) من أنواع الاتصالات غير اللفظية:
- الإسهاب و التبررات.
  - تغيير الأصوات.
  - الحركات الجسدية.
  - الوسائل الكتابية.
- 442) تستخدم لغة اليمين لأغراض اتصالية كثيرة، منها:
- إكمال المعاني.
  - تعبيرات الوجه.
  - التنديدات و التأوهات.
  - المطهر و المسافة.
- 443) من الأشياء التي يعتمد عليها الإتصال الجماهيري:
- المخاوف و المخاطر.
  - المحاضرات العامة.
  - البحوث و الإشرافات.
  - سعة المتحدث.
- 444) إجراء المكالمات الهاتفية يجب:
- تحديد الغرض من المكالمة.
  - تجاهل الملاحظات حول المكالمة.
  - تجاهل الطرف الأخرى.
  - الابتعاد عن المراسلات الأخرى.
- 445) من أخطاء الإلقاء:
- الإسهاب و السكون.
  - إستخدام الحركات.
  - الهدوء الطبيعي.
  - تبررات الصوت.
- 446) من السمات الأساسية للاجتماعات:
- العروض المرئية.
  - جدولة الأعمال.
  - التعبير الخطابية.
  - الكتابة المرئية.
- 447) يحتر الخوف من الفشل أحد أسباب:
- التحدث بطلاقة أمام الجمهور.
  - الحد من الخطاب أمام الجمهور.
  - رفض الحديث أمام الجمهور.
  - سعة المتحدث أمام الجمهور.
- 448) يمكن إنهاء الرسالة:
- بتكرار النقاط الرئيسية.
  - بتكر النتائج المرغوبة.
  - بإقراح الخطوات التالية.
  - كل ما ذكر صحيح.

- (49) عند إلقاء الخطاب، فإنه ينصح باتباع بعض الإرشادات، منها:
- (أ) إظهار الصدق.
  - (ب) ترك الكلمات.
  - (ج) إعداد رسالة.
  - (د) فهم المرسل.

- (50) من خطوات إلقاء الخطاب:
- (أ) إختيار الأشخاص.
  - (ب) إختيار المكان.
  - (ج) إختيار الموضوع.
  - (د) إختيار الوقت.