

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΚΑΙ ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ**

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2016

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ (Ι) ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ (261)

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τετάρτη, 25 Μαΐου 2016
8:00 – 10:30

ΤΟ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ 14 ΣΕΛΙΔΕΣ

ΟΔΗΓΙΕΣ:

Το εξεταστικό δοκίμιο αποτελείται από δύο (2) μέρη:

ΜΕΡΟΣ Α΄: Αποτελείται από δέκα (10) ερωτήσεις.

Να απαντήσετε και στις δέκα (10) ερωτήσεις.

Η κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

ΜΕΡΟΣ Β΄: Αποτελείται από έξι (6) ερωτήσεις.

Να απαντήσετε και στις έξι (6) ερωτήσεις.

Η κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

Όλες οι απαντήσεις να δοθούν στις σελίδες του εξεταστικού δοκιμίου το οποίο θα επιστραφεί.

Απαγορεύεται η χρήση διορθωτικού υλικού.

ΜΕΡΟΣ Α΄: Αποτελείται από δέκα (10) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

1. Να συμπληρώσετε τα κενά στο πιο κάτω κείμενο, επιλέγοντας την κατάλληλη λέξη:

χαρακτηριστικών, αντιγραφή, προώθηση, αγορά, μάρκετινγκ, σχεδιασμού

Η λειτουργία της «εμπορικής προβολής» του Τμήματος της Βιομηχανίας Ένδυσης, αποσκοπεί στον εντοπισμό και στην αξιολόγηση των, που παρουσιάζει η υπάρχουσα στα προϊόντα μόδας, με σκοπό την των προϊόντων της επιχείρησης με επιτυχία.

2. Να αναφέρετε τον κύριο στόχο του Τμήματος Αγορών σε μια Βιομηχανία Ένδυσης.

.....
.....
.....
.....

3. Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις:

- i. Το δελτίο περιλαμβάνει τις λεπτομέρειες που καθοδηγούν το Τμήμα Παραγωγής, στον υπολογισμό του κόστους του ενδύματος και στην παραγγελία των απαραίτητων υλικών.
- ii. Το δελτίο είναι το μέσο, με το οποίο η επιχείρηση δίνει παραγγελίες στους προμηθευτές των πρώτων υλών.

4. Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την **ορθή** απάντηση:

- i. Η δημιουργία του «στατικού ηλεκτρισμού» στα υφάσματα προκαλείται κατά τη χρήση του ηλεκτρικού ψαλιδιού με ελαττωματική λεπίδα.
- ii. Η δημιουργία του «στατικού ηλεκτρισμού» στα υφάσματα οφείλεται στην τριβή που παρατηρείται μεταξύ των φύλλων υφάσματος της «στρώσης».
- iii. Η δημιουργία του «στατικού ηλεκτρισμού» στα υφάσματα προκαλείται λόγω της τριβής του υφάσματος, με την ανώμαλη επιφάνεια του πάγκου απλώματος των υφασμάτων.

5. Η διαμόρφωση της «χονδρικής τιμής» και της «λιανικής τιμής» πώλησης, για τα ενδύματα των συλλογών μόδας, επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες.

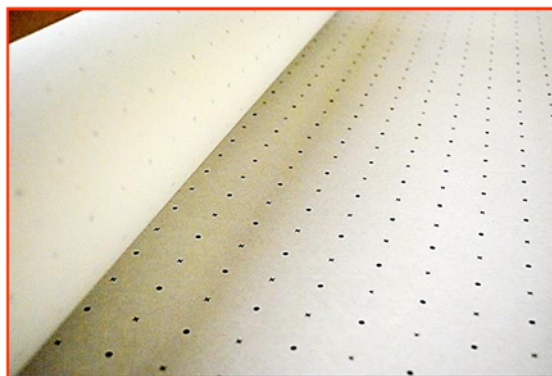
Να επιλέξετε και να κατατάξετε στον **Πίνακα 1**, στη **ΣΤΗΛΗ Α** και στη **ΣΤΗΛΗ Β**, τους πιο κάτω παράγοντες.

- Το κέρδος του καταστημάτων.
- Τα έξοδα των υλικών.
- Το κέρδος του βιομηχάνου.
- Το ενοίκιο του καταστήματος.

Πίνακας 1	
ΣΤΗΛΗ Α: Παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωση της «χονδρικής τιμής» πώλησης	ΣΤΗΛΗ Β: Παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωση της «λιανικής τιμής» πώλησης

6. Να σχολιάσετε, πιο κάτω, τον τύπο του χαρτιού που παρουσιάζει η **Εικόνα 1**, όσον αφορά:

- i. Στα σύμβολα που είναι τυπωμένα στην επιφάνειά του.
- ii. Στη χρησιμότητά του, κατά το σχεδιασμό του «οδηγού κοπής», στο Τμήμα Κοπτηρίου της Βιομηχανίας Ένδυσης.



Εικόνα 1

- i.

- ii.

7. Να αναφέρετε τα τέσσερα (4) στάδια στα οποία εφαρμόζεται ο «**ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ Έλεγχος**», κατά τη διαδικασία παραγωγής των ενδυμάτων στη Βιομηχανία Ένδυσης.

- i.
- ii.
- iii.
- iv.

8. Να επιλέξετε και να καταγράψετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ** στον **Πίνακα 2**.

Πίνακας 2	
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ
i. Οι «μεσάζοντες αγοραστές» πραγματοποιούν αγορές εμπορευμάτων, μετά από οδηγίες των εμπόρων λιανικής πώλησης.	
ii. Οι «αψιδωτές προσθήκες» χρησιμοποιούνται για τη διαμόρφωση της βιτρίνας των καταστημάτων, που δεν έχουν μεγάλη πρόσοψη.	
iii. Στις περιπτώσεις όπου το κατάστημα αποτελεί μέρος αλυσίδας καταστημάτων, παρατηρείται ελευθερία στο σχεδιασμό και στη χρήση υλικών, για την εξωτερική διακόσμησή του.	
iv. Τα διαφημιστικά πρακτορεία, οι ανεξάρτητοι διαφημιστές, οι προμηθευτές εμπορευμάτων και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, είναι τα μέσα τα οποία χρησιμοποιεί μια επιχείρηση μόδας, με σκοπό την «εξωτερική» διαφήμισή της.	

9. (α) Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την **ορθή** απάντηση: (Μονάδα 1)

- i. Η «καθιερωμένη» διαφήμιση δε στοχεύει κατ' ανάγκη στην πραγματοποίηση άμεσων πωλήσεων, αλλά έχει μεγάλη διάρκεια.
- ii. Η «καθιερωμένη» διαφήμιση στοχεύει στην πραγματοποίηση άμεσων πωλήσεων, για τη διάθεση συγκεκριμένου προϊόντος στην αγορά.

(β) Να συμπληρώσετε τα κενά στην πιο κάτω πρόταση. (Μονάδα 3)

«Ανατίμηση» ονομάζεται το, το οποίο προστίθεται στη τιμή κάθε προϊόντος, για να καθοριστεί η τιμή της πώλησης του.

10. Στην **Εικόνα 2**, παρουσιάζεται ο εσωτερικός χώρος ενός εμπορικού κέντρου. Να σχολιάσετε τις προσόψεις των καταστημάτων που λειτουργούν σ' αυτό.



Εικόνα 2

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Α΄
ΑΚΟΛΟΥΓΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Β**

ΜΕΡΟΣ Β΄: Αποτελείται από έξι (6) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

11. (α) Να αναλύσετε την πιο κάτω πρόταση παραθέτοντας την δική σας άποψη:

(Μονάδες 5)

«Η δημιουργία και η ανάπτυξη της βιομηχανίας ένδυσης, διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην «κοινωνικοοικονομική» διαμόρφωση της σύγχρονης κοινωνίας».

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(β) Να αναφέρετε τους τρεις (3) παράγοντες, τους οποίους ένας σχεδιαστής μόδας σε μια Βιομηχανία Ένδυσης λαμβάνει υπόψη του, για το σχεδιασμό κάθε νέας συλλογής μόδας.

(Μονάδες 3)

- i.
- ii.
- iii.

(γ) Να συμπληρώσετε τα κενά στο πιο κάτω κείμενο, επιλέγοντας την κατάλληλη λέξη:

(Μονάδες 2)

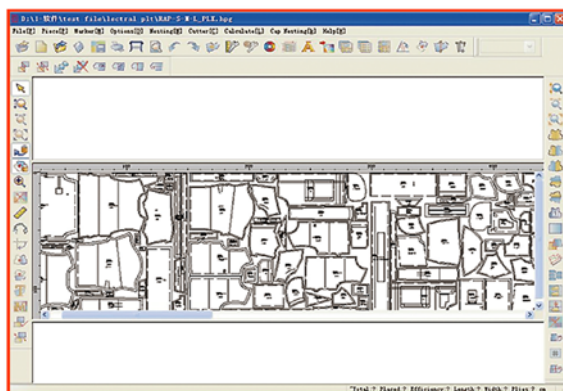
διαβάθμιση, πρότυπα, έρευνας, αντίγραφα, πωλήσεις, παραγωγή

Το Τμήμα Σχεδιασμού σε μια Βιομηχανία Ένδυσης, λειτουργεί σαν τμήμα και έχει σαν σκοπό να σχεδιαστούν τα ενδύματα –, με βάση τα οποία θα γίνει η και αργότερα οι της επιχείρησης.

12. (α) Να επιλέξετε και να καταγράψετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ** στον **Πίνακα 3**.
(Μονάδες 5)

Πίνακας 3	
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ
i. Ο μικρός κύκλος παραγωγής ενός ενδύματος, παρατηρείται στις Βιομηχανίες Ένδυσης που παράγουν προϊόντα με πολύ γοργό ρυθμό αλλαγής στη μόδα.	
ii. Σκοπός της «διαβάθμισης» των πατρών του ενδύματος, είναι η αυξομείωση των διαστάσεων στα ενδύματα.	
iii. Το Τμήμα Οικονομικών σε μια Βιομηχανία Ένδυσης, είναι υπεύθυνο για την έκδοση του προϋπολογισμού πωλήσεων και του προϋπολογισμού εξόδων της επιχείρησης.	
iv. Το Τμήμα Διεύθυνσης σε μια Βιομηχανία Ένδυσης, είναι υπεύθυνο για τη δραστηριότητα της εμπορίας των προϊόντων της, καθώς και για την οργάνωση των πωλήσεών της.	
v. Το τμήμα της Βιομηχανίας Ένδυσης που έχει την ευθύνη της αποθήκευσης των υλικών, είναι το Τμήμα Παραγωγής.	

- (β) Να απαντήσετε στα πιο κάτω ερωτήματα, λαμβάνοντας υπόψη την **Εικόνα 3**.



Εικόνα 3

- i. Να ονομάσετε τη μέθοδο σχεδιασμού του «οδηγού κοπής». (Μονάδα 1)

.....
.....

- ii. Να αναφέρετε τέσσερα (4) πλεονεκτήματα, που προκύπτουν από τη χρήση αυτής της μεθόδου, για τη σχεδίαση του «οδηγού κοπής». (Μονάδες 4)

.....
.....
.....
.....

13. (α) Ο Οίκος Μόδας «Dolce and Gabbana» παρουσίασε, σε πρόσφατη επίδειξη μόδας, το γυναικείο και το παιδικό ένδυμα, που παρουσιάζονται στην **Εικόνα 4**.

Να μελετήσετε την «κατεύθυνση» του υφάσματος στην **Εικόνα 4** και να απαντήσετε στα πιο κάτω ερωτήματα:



Εικόνα 4

- i. Να ονομάσετε την κατηγορία στην οποία ανήκει η «κατεύθυνση» του υφάσματος, που έχει χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή των δύο ενδυμάτων. (Μονάδες 2)

-
-
-
- ii. Να αναλύσετε πώς αντιμετωπίζεται η κατηγορία του υφάσματος, που έχει χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή των δύο ενδυμάτων, όσον αφορά στο «άπλωμα» του υφάσματος, καθώς και στην κατασκευή του «οδηγού κοπής» των ενδυμάτων. (Μονάδες 4)
-
-
-
-
-
-
-
-
-

(β) Να αναφέρετε τέσσερις (4) προϋποθέσεις που συμβάλλουν στη σωστή πορεία, για το «άπλωμα» του υφάσματος, στο Τμήμα Παραγωγής της Ένδυσης. (Μονάδες 4)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

14. (α) Στον Πίνακα 4, η ΣΤΗΛΗ Α, αναφέρει τα συστήματα οργάνωσης της παραγωγής ενδυμάτων και η ΣΤΗΛΗ Β, παρουσιάζει χαρακτηριστικά του καθενός συστήματος οργάνωσης της παραγωγής. **Να αντιστοιχίσετε τη ΣΤΗΛΗ Α με τη ΣΤΗΛΗ Β στον Πίνακα Αντιστοίχισης 1.** (Μονάδες 4)

Πίνακας 4	
ΣΤΗΛΗ Α: Συστήματα οργάνωσης παραγωγής ενδυμάτων	ΣΤΗΛΗ Β: Χαρακτηριστικά του συστήματος
I. Προοδευτικό σύστημα δεσμίδων	A. Σχεδόν ολόκληρο το ένδυμα κατασκευάζεται από ένα μόνο άτομο.
II. Ολοκληρωμένο σύστημα παραγωγής	B. Οι χειριστές εργάζονται όρθιοι, ώστε να κινούνται γρήγορα στο χώρο του σταθμού τους.

III. Σύστημα παραγωγής κατά μονάδα	Γ. Δημιουργούνται διάφοροι «σταθμοί» εργασιών στη γραμμή παραγωγής.
IV. Σύστημα άμεσης ανταπόκρισης	Δ. Τα κομμένα τμήματα του υφάσματος που αποτελούν το ένδυμα, μετακινούνται με αυτόματο σύστημα μεταφοράς, το οποίο ελέγχεται από ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Πίνακας Αντιστοίχισης 1	
Το I αντιστοιχεί με το	
Το II αντιστοιχεί με το	
Το III αντιστοιχεί με το	
Το IV αντιστοιχεί με το	

(β) Να δώσετε τον ορισμό της «**Ποιότητας**», όσον αφορά στην κατασκευή των προϊόντων μόδας. (Μονάδες 2)

.....

.....

.....

(γ) Να παραθέσετε τη δική σας άποψη, σχολιάζοντας τη χρησιμότητα της έρευνας «**Συμπεριφοράς Καταναλωτών**», όσον αφορά στον τρόπο με τον οποίο αξιοποιείται από τους εμπόρους λιανικής πώλησης. (Μονάδες 4)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

15.(α) Να εξηγήσετε τον τρόπο λειτουργίας των πιο κάτω τύπων επιχείρησης λιανικής πώλησης των προϊόντων μόδας. (Μονάδες 6)

i. Τα μαγαζιά κλαδιά:

.....

.....

.....

.....

ii. Οι έμποροι εκπτώσεων:

.....

.....

.....

.....

iii. Οι πωλητές υπαίθριων αγορών:

.....

.....

.....

.....

(β) Στον Πίνακα 5, η ΣΤΗΛΗ Α, αναφέρει τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με τα οποία μπορεί να γίνει η διαφήμιση των προϊόντων μόδας και η ΣΤΗΛΗ Β, παρουσιάζει χαρακτηριστικά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Να αντιστοιχίσετε τη ΣΤΗΛΗ Α με τη ΣΤΗΛΗ Β στον Πίνακα Αντιστοίχισης 2. (Μονάδες 4)

Πίνακας 5	
ΣΤΗΛΗ Α: Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	ΣΤΗΛΗ Β: Χαρακτηριστικά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
I. Εφημερίδες	A. Δίνει την ευκαιρία στον έμπορα να γνωστοποιήσει τα προϊόντα του σε άτομα, που πιστεύει ότι θα τα προτιμήσουν.
II. Περιοδικά	B. Συνδυάζει κίνηση, χρώμα, ομιλία, έτσι που οι διαφημίσεις να είναι ενδιαφέρουσες και πειστικές.
III. Ταχυδρομείο	Γ. Δε χρειάζεται ιδιαίτερος προγραμματισμός, ώστε να συμπεριληφθούν διαφημίσεις στα έντυπα αυτά.
IV. Τηλεόραση	Δ. Χρησιμοποιείται καλής ποιότητας χαρτί, με αποτέλεσμα να αξιοποιούνται καλύτερα οι φωτογραφίες των προϊόντων μόδας.

Πίνακας Αντιστοίχισης 2	
Το I αντιστοιχεί με το	
Το II αντιστοιχεί με το	
Το III αντιστοιχεί με το	
Το IV αντιστοιχεί με το	

16. (α) Να αναλύσετε τις δύο (2) αιτίες «υποτίμησης» των προϊόντων που σας δίνονται πιο κάτω: (Μονάδες 2)

i. Τα αγοραστικά λάθη:

.....

.....

.....

.....

.....

ii. Τα διοικητικά λάθη:

.....

.....

.....

.....

.....

(β) Σύμφωνα με τη θεωρία της «ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών» του Maslow, υπάρχει μια δεδομένη σειρά, όσον αφορά στην εκπλήρωση των ανθρωπίνων αναγκών.

Να κατατάξετε τα πιο κάτω στάδια ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών στη σωστή σειρά και να τα αναγράψετε στο **Σχεδιάγραμμα 1**. (Μονάδες 2,5)

ΣΤΑΔΙΑ ΙΕΡΑΡΧΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

- Η ανάγκη για εκτίμηση και κοινωνική καταξίωση.
- Η ανάγκη για αυτοπραγμάτωση.
- Οι βασικές ανάγκες επιβίωσης.
- Η κοινωνική ανάγκη και αναγνώριση.
- Η ανάγκη για σιγουριά.



Σχεδιάγραμμα 1

(γ) Στις **Εικόνες 5, 6 και 7** παρουσιάζεται η πρόσοψη και ο εσωτερικός χώρος της μπουτίκ «Young Versace» στο Μιλάνο, στην οποία διατίθενται προς πώληση οι παιδικές συλλογές ενδυμάτων του Οίκου Μόδας «Versace».

Να απαντήσετε στα πιο κάτω ερωτήματα:

- i. Να σχολιάσετε τον τύπο της βιτρίνας που παρουσιάζει η **Εικόνα 5**.
(Μονάδες 1)
- ii. Να σχολιάσετε το λόγο, για τον οποίο τα τελευταία χρόνια, οι Οίκοι Μόδας και οι καταστηματαρχές, δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στη διακόσμηση των καταστημάτων τους.
(Μονάδες 2)
- iii. Να καταγράψετε τη δική σας άποψη, όσον αφορά στο στυλ της εσωτερικής διακόσμησης του καταστήματος, που παρουσιάζεται στις

Εικόνες 6 και 7, καθώς και προφίλ του

και
στο



αναμενόμενου πελάτη.

(Μονάδες 2,5)

Εικόνα 5



Εικόνα 6



Εικόνα 7

- i.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- ii.
.....
.....
.....
.....
.....
.....

iii.

ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ