



السؤال الأول: ضع علامة \checkmark أمام العبارات الصحيحة ، وعلامة \times أمام العبارات الخاطئة : (7 درجات)

توضع الإجابات في الجدول التالي :

14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

- 1- () دخول مناطق بيعية ، أو الانسحاب من مناطق بيعية لاتعد ضمن الأسباب الرئيسية للقيام بتنظيم المبيعات
- 2- () تزداد الحاجة لتنظيم المبيعات بزيادة اتساع المناطق الجغرافية التي تخدمها المنظمة .
- 3- () قبل إجراء تنظيم المبيعات نقوم بتحديد المستويات الإدارية و خطة العمل .
- 4- () مشكلة النقاط البيعية الوسيطة أنها تساهم في رفع التكاليف المتعلقة بإنشاء النقاط البيعية
- 5- () ليس الهدف من تنظيم المبيعات تحديد إطار عمل لكل إدارة وعامل في إدارة المبيعات ، وإنما تحديد المؤهلات اللازمة لشغل الوظائف.
- 6- () يعتبر اختيار المناطق البيعية من أهم العوامل التي تساعد الشركات على اكتساب حصة سوقية كبيرة
- 7- () نهتم في اختيار المناطق البيعية بالزبائن الحاليين أكثر من المحتملين ليتم تقديم الخدمات البيعية لهم
- 8- () قد تستند بعض المنظمات في تصميم نقاطها البيعية على التنسيق مع منظمات أخرى.
- 9- () النمط والعادات الشرائية يعتبر من العوامل المتعلقة بطبيعة وأنواع المنتجات عند تصميم المناطق البيعية.
- 10- () عند القيام بتصميم المناطق البيعية تضع إدارة المبيعات البدائل ليتم المفاضلة فيما بينها عند الاختيار
- 11- () تخصص رجال البيع في مجال ما يجعلهم قادرين على تزويد الزبائن بمعلومات عن المنتجات الأخرى.
- 12- () يستخدم معيار التكيف للمفاضلة بين المناطق البيعية من خلال معرفة العائد على الاستثمار في كل نقطة بيعية.
- 13- () تعتبر المناطق البيعية حجر الأساس في عملية خلق الولاء للزبون
- 14- () المشكلة الأساسية التي تواجه إدارة المبيعات في إدارة المناطق البيعية هي مشكلة التكاليف.



السؤال الثاني: اختر الإجابة الصحيحة : (5 درجات)

توضع الإجابات في الجدول التالي:

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

- 1- من مواصفات تنظيم المبيعات الجيد التالي ، ما عدـ
 1. المرونة
 2. التنسيق
 3. شمولية الإشراف
- 2- هو تجميع الأعمال والأنشطة المتشابهة والمتجانسة في وحدة إدارية واحدة تسعى لتحديد سبل الإتصال بين هذه الوحدات :
 1. التنظيم
 2. الإدارة الجماعية
 3. الرقابة
- 3- هو من أنواع التنظيم ، يستخدم في المنظمات التي لديها أنواع مختلفة من المنتجات والزبائن والمناطق الجغرافية الواسعة:
 1. التنظيم الجغرافي
 2. التنظيم الوظيفي
 3. التنظيم المركب
- 4- المنظمات التي تتعامل بسلع التسوق أو السلع الخاصة تتبع إستراتيجية :
 1. التغطية الجغرافية المحددة
 2. التغطية الجغرافية الواسعة
 3. الإستراتيجيتان معا
- 5- من خصائص المناطق البيعية الزمانية :
 1. حجم المبيعات في المنطقة البيعية
 2. حجم العمل في المنطقة البيعية
 3. الوقت اللازم للزيارات والاتصالات للزبائن في المناطق البيعية.
- 6- من العوامل المتعلقة بطبيعة وأنواع المنتجات والتي تؤثر في تصميم المناطق البيعية :
 1. سعر المنتج
 2. المواصفات التقنية والفنية للسلعة
 3. الاثنان معا.
- 7- تعتبر المرحلة التي تتضمن كافة الوسائل الممكنة والمتاحة لنقل التخطيط إلى الواقع العملي
 1. مرحلة التخطيط
 2. مرحلة التنفيذ
 3. مرحلة الرقابة
- 8- أولى الخطوات المتبعة عند اختيار المناطق البيعية :
 1. تحليل مدى الحاجة لتصميم المناطق البيعية



2. تحليل حاجات ورغبات المستهلكين

3. تحديد البدائل المتاحة للمناطق البيعية

9- تهدف عملية تنظيم المناطق البيعية إلى

1. تحديد نطاق العمل 2. تحديد العلاقات التنظيمية 3. الاثنان معا

10- نوع من أنواع الرقابة يهدف لمراقبة التنفيذ لتجنب الوقوع بالانحراف المخطط

1. الرقابة اللاحقة 2. الرقابة الداخلية 3. الرقابة الجارية

(3 درجات)

السؤال الثالث:

لدى إدارة المبيعات النية لإنشاء منطقة بيعية لاستهداف أحد القطاعات السوقية والعمل فيه، ولدى القيام بدراسة هذا القطاع توفر لدى هذه الإدارة أربعة نقاط بيعية هي A, B, C, D تمثل بدائل يتوجب اختيار أحدهما: وتوفرت المعلومات عن المبيعات المتوقعة للسنة القادمة والتكاليف المتوقعة لإنشاء نقطة بيعية كما يلي :

التكاليف المتوقعة لإنشاء كل منطقة بالدينار		قيمة المبيعات المتوقعة لكل منطقة بالدينار	البدائل
تكاليف غير مباشرة	تكاليف مباشرة		
1000	5000	41200	A
2000	4000	35000	B
3000	9000	47000	C
5500	16000	95000	D

المطلوب: فاضل بين هذه البدائل، مع ذكر أيهما أفضل ولماذا باستخدام المعادلة

$$R_i = (S_i - C_i) / C_i$$

إنتهت الأسئلة

مع تمنياتي لكم بالنجاح والتوفيق