

اسم المحاضر: أ. شادي عايش
أ. صلاح الأشقر

جامعة فلسطين



الامتحان النهائي
الفصل الدراسي الثاني
2013

رقم المساق: DMAR1301
اسم المساق: مبادئ التسويق
تاريخ الامتحان: 2013/5/19
عدد الأسئلة: (4) أسئلة
زمن الامتحان: ساعتان
استخدام الآلة الحاسبة (لا)

رقم الطالب:
اسم الطالب:
الكلية: الدبلوم المتوسط
القسم / التخصص:
استخدام المعاجم أو القواميس (لا)

السؤال الأول: ضع/ي إشارة (√) أو (×) أمام العبارات الآتية ، ثم انقلها إلى الجدول الموجود في نهاية السؤال (20 درجة)

- 1 - السلع الميسرة لا يحتاج المستهلك عندما يقرر شراؤها إلى تفكير طويل .
- 2 - في مرحلة النمو من دورة حياة المنتج تبدأ كل من المبيعات والأرباح بالانخفاض بمعدل سريع.
- 3 - المراحل الخاصة بدورة حياة السلعة لا تنطبق على الخدمات وتقتصر فقط على السلع المادية .
- 4 - " تقديم السلعة بسعر مرتفع وترويج كبير " تتبع هذه الإستراتيجية في حال معرفة عدد كبير من المستهلكين المرتقبين بالسلعة الجديدة.
- 5 - المرحلة الأولى من مراحل تطوير السلع الجديدة هي مرحلة فحص الأفكار الجديدة .
- 6 - إن التعبئة الجذابة تجعل العميل مستعدا لدفع سعر أعلى لكي يحصل عليها خاصة في السلع المستخدمة في الهدايا .
- 7 - طريقة اللجان من طرق تنظيم إدارة البيع وتصلح في المشروعات صغيرة الحجم .
- 8 - التبيين هو مجموعة الأنشطة في تخطيط السلعة والمتضمن تقييم وإنتاج غلاف أو عبوة السلعة .
- 9 - من السهل زيادة سعر السلع ذات الأسعار المعتادة.
- 10 - من أهداف العلامة التجارية زيادة حصة المؤسسة في السوق.
- 11 - دورة حياة السلعة من العوامل المؤثرة على المزيج الترويجي.
- 12 - تاريخ السلعة هو احد أساليب البيع الشخصي .
- 13 - يمكن إتباع سياسة التمكّن من السوق عندما يكون الطلب على السلعة الجديدة غير مرّن .
- 14 - يمكن إطلاق مصطلح السلع الجديدة على السلع التي يتم إجراء تغيير عليها لتصبح مودية لمنافع جديدة لم تكن تؤديها من قبل .
- 15 - يكون للوكيل بالعمولة سلطة أوسع من سلطة السمسارة وكلاء البيع ولكن علاقته مع موكله تكون مستمرة.
- 16 - من وظائف تاجر الجملة تطوير الخطط للإعلان وفاعلية البيع الميدانية .
- 17 - تقديم السلعة و النمو و النضج تعتبر من مراحل تكوين السعر .
- 18 - تهدف وظيفة التخطيط السلي الى تحديد أنواع وأشكال وأحجام السلع التي ينتجها المنتج .
- 19 - تتمتاز محلات التجزئة الصغيرة بصغر حجمها والجمع بين الملكية والإدارة .
- 20 - الإعلان هو الجهد المبذول من المؤسسة للتأثير على آراء الأفراد تجاه سلعة معينة .

الإجابة/

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
20	19	18	17	16	15	14	13	12	11

عرف/ي المصطلحات التالية :

1 -الترويج :

.....
.....

2 -ملع التسوق :

.....
.....

3 -السعر:

.....
.....

4 -العلامة التجارية :

.....
.....

5 -السمسار :

.....
.....

1 - اذكر/ي مراحل تكوين السعر :

.....-1
.....-2
.....-3
.....-4
.....-5

2 - اذكر/ي أساليب البيع الشخصي :

.....-1
.....-2
.....-3
.....-4

3 - اذكر/ي مراحل دورة حياة السلعة :

.....-3-2-1

.....-5-4

4 اذكر/ي أنواع تجارة الجملة :

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

5 اذكر/ي الخصائص التسويقية للسلع الاستهلاكية:

.....-1
.....-2
.....-3
.....-4

6 اذكر/ي الأسباب التي تدعو الى تسويق سلع غير معلمة :

.....-1
.....-2
.....-3
.....-4

(17 درجة)

السؤال الرابع:

1 قارن/ي بين سياسة قشط السوق وسياسة التمکن من السوق :

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

2 - اذكر/ي معايير تقييم القنوات التوزيعية مع شرح إحداها:

3 - " هنالك مجموعة من الأساليب على رجل البيع أن يختار إحداها في معالجة اعتراضات المشتريين "

اذكر مع الشرح هذه الأساليب :

4 - " بعد أن تطرح السلعة الجديدة للاسوق فان هناك احتمالين هما: نجاح السلعة أو فشلها ".
اذكري/ مع الشرح أسباب فشل السلعة الجديدة :

**** انتهت الأسئلة وبالتوفيق ****