

(رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي * وَاخْلُلْ عُقْدَةً مِّن لِّسَانِي * يَفْقَهُوا قَوْلِي)

أجب عن الأسئلة التالية:

السؤال الأول:

(8 درجات)

ضع/ي إشارة (✓) أو (✗) أمام العبارات الآتية ، ثم انقلها إلى الجدول الموجود في نهاية السؤال:

1. التقسيم حسب العوامل النفسية من معايير تقسيم السوق.
2. السلع الإنتاجية هي السلع التي يشتريها المستهلك النهائي لاستعمال الشخصي والعائلة.
3. من خصائص السلع التسويقية يوجد وقت بين ظهور الحاجة للسلعة وشراء المستهلك لها.
4. من خصائص السلع الخاصة معدل دوران بيعها منخفض وهامش ربح مرتفع بالمقارنة مع السلع الميسرة.
5. إن تقرير المزيج الترويجي الملائم يقع على عاتق مدير التسويق.
6. طبيعة السلعة من العوامل المؤثرة في اختيار المزيج الترويجي.
7. التسويق العام هو أحد البدائل الإستراتيجية لتقسيم السوق.
8. المواد الأولية الزراعية كالحبوب والفواكه والخضار هي أحد أقسام السلع الاستهلاكية.
9. لكل سلعة دورة حياة تمر بها، وتتكون من ثلاث مراحل رئيسية.
10. المقصود بتنشيط المبيعات هو كافة الأنشطة الترويجية التي تدعم البيع الشخصي والإعلان والدعاية والتي تشجع العملاء على الشراء.
11. توفر القدرات الإدارية والتسويقية القادرة على وضع برامج تسويقية فعالة من معايير تقسيم السوق.
12. تجزئة السوق إلى مجموعات على أساس متغيرات مثل العمر ، الجنس ، حجم العائلة والدخل يعرف باسم تقسيم السوق حسب المناطق الجغرافية.
13. الأهداف الرئيسية للإعلان التعريف والإقناع والتذكير وتغيير الاتجاهات السلبية.
14. إن من خصائص العلامة التجارية (الماركة) انه يعكس مواصفات السلعة ومنافعها.
15. الصفة الغالبة بين أعضاء قنوات التوزيع هو الصراع بين أعضاء القناة الرأسية الواحدة.
16. تعد أقصر وأبطأ قناة يتم فيها البيع مباشرة هي من المنتج إلى المستهلك.

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

(10 درجات)

السؤال الثاني:

اختر الإجابة الصحيحة:

1. يعتبر البيع الشخصي عنصر من عناصر المزيج:
أ- التسويقي.
ب- الترويجي.
ت- السلعي.
ث- التوزيعي.
2. الهدف التسويقي في مرحلة النمو من دورة حياة السلعة:
أ- تعظيم الأرباح.
ب- تعظيم الحصة السوقية.
ت- العمل على إيجاد الاهتمام بالسلعة.
ث- تخفيض المصاريف.
3. يقصد بالتكامل الأفقي لقنوات التوزيع:
أ- ملكية المنظمة لبعض منافذ التوزيع.
ب- ملكية المنظمة لبعض مصادر التوريد.
ت- ملكية المنظمة لبعض المنظمات المنافسة.
ث- لاشي مما ذكر .
4. سلعة سريعة التلف كالألبان توزيع من خلال:
أ- منتج ← مستهلك
ب- منتج ← تاجر تجزئة ← مستهلك
ت- منتج ← تاجر جملة ← تاجر تجزئة ← مستهلك
ث- منتج ← وكيل وسيط ← مستهلك



5. توجيه مزيج تسويقي واحد للسوق كله تشكل هذه العبارة:
- إستراتيجية التسويق المركز.
 - إستراتيجية التسويق العام.
 - إستراتيجية تقسيم السوق.
 - إستراتيجية التسويق غير محدد.
6. الإستراتيجية التسويقية للتوزيع في مرحلة النضج:
- أ- اختيار عدد من قنوات التوزيع.
 - ب- الاعتماد على شبكة كثيفة من منافذ التوزيع.
 - ت- مزيد من المنافذ التوزيعية.
 - ث- التخلص من المنافذ غير مريحة.
7. من الخصائص التسويقية للسلع سهلة المنال:
- أ- ارتفاع الأسعار.
 - ب- الجهد المبذول في سبيل الحصول عليها كبير.
 - ت- الإعلان عنها يقع على عاتق المنتج.
 - ث- ضرورة الاعتماد على الوسطاء في تسويقها.
8. الإستراتيجية التسويقية للترويج في مرحلة النمو:
- أ- محاولة جذب انتباه المتبنين الأوائل والوسطاء.
 - ب- خلق الاهتمام في السوق ككل.
 - ت- تخفيض مصاريف الترويج إلى أدنى حد ممكن.
 - ث- لاشي مما ذكر.
9. من المعايير الذي يضعها المنتج لتقييم أداء الوسيط:
- أ- المعيار الاقتصادي.
 - ب- معيار السيطرة.
 - ت- معيار التلاؤم أو التأقلم مع البيئة.
 - ث- كمية المبيعات المردودة من الوسيط.
10. جميع ما يلي من أساليب البيع الشخصي ما عدا:
- أ- البحث عن المشتريين المتوقعين.
 - ب- إعداد خطة الاتصال معهم.
 - ت- عرض السلعة أو الخدمة.
 - ث- تجنب الرد على انتقاد العميل.

(5 درجات)

السؤال الثالث:

أذكر/ي المصطلحات التالية:

1. (.....) تجزئة السوق إلى قطاعات متجانسة من المستهلكين بحيث يشكل كل قطاع هدف تسويقي.
2. (.....) هي السلع التي تشتري لاستخدامها في سبيل إنتاج سلع أخرى أو في تشغيل تجاري أو صناعي.
3. (.....) يقصد به التركيز على جزء محدد من السوق الكلية أي قطاع واحد.
4. (.....) هو اتصال بين البائع والمشتري والمهدف إلى تغير سلوك واتجاه المشتري.
5. (.....) هي السلع التي يتم شراؤها بصورة متكررة وفورية وبأقل جهد

(32 درجات)

السؤال الرابع:

اجب عن الأسئلة التالية:

1. اذكر/ي عناصر المزيج الترويجي؟

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

2. أشرح بإيجاز العوامل المؤثرة في اختيار المزيج الترويجي؟

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

3. يتوقف اختيار الوسيلة الإعلانية على عدة عوامل اذكرها؟

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

4. أذكر/ي فوائد تقسيم السوق ؟

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

5. أذكر/ي العوامل التي تؤثر على اختيار قنوات التوزيع مع الشرح؟

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

6. أذكر/ي مبررات استخدام الوسطاء؟

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

7. ما هي الأهداف التي تسعى المنظمات إلى تحقيقها من عملية الترويج (أهداف الترويج)؟

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

8. أذكر أنواع أنظمة التوزيع؟

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

(5) درجات

السؤال الخامس:

اجب عن السؤال التالي: اذكر خصائص كل مرحلة؟

الانحدار	النضج	النمو	التقديم	خصائص كل مرحلة
				المبيعات
				التكاليف
				الأرباح
				المنافسون
				الأهداف التسويقية

مع تمنياتي لكم بالنجاح والتوفيق