

اسم المحاضر : د. نادر أبو شرخ
أ. حمدان المصري

جامعة فلسطين



الامتحان النهائي
للفصل الدراسي الثاني
2018-2017

رقم المساق: MGNA2304

اسم المساق : تسويق

تاريخ الامتحان: 2018/05/

عدد الأسئلة: (3) أسئلة

زمن الامتحان: ساعتان

استخدام الآلة الحاسبة (لا)

رقم الطالب: _____

اسم الطالب: _____

الكلية: _____

القسم / التخصص : _____

استخدام المعاجم أو القواميس (لا)

(20 درجة)

السؤال الأول: أجب عن الأسئلة التالية:

أ. ضع / بي علامة (√) أمام العبارة الصحيحة أو علامة (X) أمام العبارة الخاطئة . ثم انقل / بي الإشارة إلى

(10 درجات)

الجدول المخصص لذلك:

1. تتجه المنظمة في مرحلة النمو إلى تحديد حصتها السوقية.
2. يتمثل جوهر المنتج في جوانب مكونات وخصائص وشكل المنتج.
3. يسعى العميل المرتقب إلى الحصول على مزيد من المعلومات عن السلعة الجديدة في مرحلة التقييم.
4. وجود مشاكل في الوقت يؤدي إلى فشل المنتجات الجديدة.
5. التوزيع المباشر هو الأسلوب الأمثل لإيصال المنتج للمستهلك.
6. يمثل الغلاف مصدر وعي استهلاكي بالنسبة للمستهلك.
7. ترتبط هيكلية السعر بالشروط والظروف التي تتم فيها عمليات التبادل.
8. قنوات توزيع السلع الميسرة تكون أقل طولاً من قنوات توزيع السلع الصناعية.
9. يُعتبر الترويج أحد أشكال الاتصال الصامت بين البائع والمشتري.
10. تُوجه الأنشطة التوزيعية للمستهلك الفعلي والمرتقب.

الرقم	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
الإجابة										

(5 درجات)

ب. اكتب / بي المصطلح العلمي المناسب لكل مما يلي:

- 1 (-----) أدوات ترويجية تحفيزية صُممت لأن يكون تأثيرها سريع وقصير الأمد وذلك لتسريع عملية شراء السلع والخدمات من قبل المستهلك.
- 2 (-----) سلسلة من المنظمات أو الأشخاص الذين يشاركون في تدفق المنتجات من المنتج إلى المستهلك.
- 3 (-----) النشاطات أو المنافع التي تُعرض للبيع أو التي تُعرض لارتباطها بسلعة معينة.
- 4 (-----) شيء يمكن تقديمه للسوق بغرض الاستهلاك أو الاستخدام أو الحيازة لإشباع حاجة أو رغبة معينة.
- 5 (-----) نشاط ذو اتجاهين يهدف إلى تحقيق فهم مشترك بين المنظمة وجمهورها.

اسم المحاضر : د. نادر أبو شرح
أ. حمدان المصري

جامعة فلسطين



الامتحان النهائي
للفصل الدراسي الثاني
2018-2017

رقم المساق: MGNA2304

اسم المساق : تسويق

تاريخ الامتحان: 2018/05/

عدد الأسئلة: (3) أسئلة

زمن الامتحان: ساعتان

استخدام الآلة الحاسبة (لا)

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

ج. اختار/ي الإجابة الصحيحة مما يلي ثم انقل/ي الإشارة إلى الجدول المخصص لذلك: (5 درجات)

- جميعها من أهداف التسعير عدا:
أ. تعظيم الربح
ب. زيادة الحصة السوقية
ج. قيادة جودة المنتج
د. الإعلان
- السياسة التي تفترض مرونة الطلب على السلعة هي سياسة:
أ. اختراق السوق
ب. كشط السوق
ج. التسعير النفسي
د. ليس مما سبق
- عملية اتصال اقناعي تستهدف التأثير على المستهلك لاستمالة سلوكه الشرائي هي:
أ. التسويق
ب. التوزيع
ج. الترويج
د. التسعير
- الإعلان الذي يهدف إلى استمرار تفكير المستهلك بالمنتج هو إعلان:
أ. إخباري
ب. إرشادي
ج. تعليمي
د. ليس مما سبق
- الاستراتيجية المتعلقة بمدى رغبة المنتج بالتأثير على المستهلكين المحتملين من خلال نظام التوزيع كوسيلة ترويجية هي استراتيجية:
أ. السحب
ب. الدفع
ج. القيمة
د. ليس مما سبق

الرقم	1	2	3	4	5
الإجابة					

السؤال الثاني: تحدث/ي بإيجاز عن كل مما يلي: (16 درجة)

أ. تحدث/ي بإيجاز عن مراحل تطوير السلع الجديدة.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

اسم المحاضر : د. نادر أبو شرخ
أ. حمدان المصري

جامعة فلسطين



الامتحان النهائي
للفصل الدراسي الثاني
2018-2017

رقم المساق: MGNA2304

اسم المساق : تسويق

تاريخ الامتحان: 2018/05/

عدد الأسئلة: (3) أسئلة

زمن الامتحان: ساعتان

استخدام الآلة الحاسبة (لا)

رقم الطالب: _____

اسم الطالب: _____

الكلية: _____

القسم / التخصص : _____

استخدام المعاجم أو القواميس (لا)

(14 درجة)

السؤال الثالث: أجب عن الأسئلة الآتية :

أ. يتأثر اختيار المزيج الترويجي لأي شركة بمجموعة من العوامل التي تحدد طبيعة وشكل عناصر المزيج الترويجي

(4 درجات)

داخل أي منظمة، وضح/ي ذلك .

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(5 درجات)

ب. وضح مفهوم العلامة التجارية مبيناً فوائدها .

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

