

اسم المحاضر : أ. حمدان المصري
أ. رائف بركة
أ. فاطمة العاصي

جامعة فلسطين



الامتحان النصفى (الأول)
للفصل الدراسي الثاني
2019-2018

رقم المساق: MGNA2304
اسم المساق : تسويق
تاريخ الامتحان: 2019/03/
عدد الأسئلة: (3) أسئلة
زمن الامتحان: ساعة واحدة
استخدام الآلة الحاسبة (لا)

(6 درجات)

السؤال الأول: أجب عن الأسئلة التالية:

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

(2 درجة)

الجدول المخصص لذلك:

1. تتكون الأسواق من القوة الشرائية للمستهلكين.
2. يُعتبر إشباع حاجات ورغبات المستهلكين هو الموجه الأول للنشاط التسويقي المتكامل.
3. تقوم استراتيجية السوق غير المتمايز على أساس توحيد السوق المستهدف.
4. يُعتبر استهداف منطقة جغرافية جديدة بنفس المنتج دون تعديل من استراتيجيات تنمية السوق.

الرقم	1	2	3	4
الإجابة				

(2 درجة)

ب. اختار/بي الإجابة الصحيحة مما يلي ثم انقل/بي الإشارة إلى الجدول المخصص لذلك:

1. المحاور الرئيسية لمفهوم التسويق الاجتماعي هي تحقيق:
أ. رفاية اجتماعية ب. ربحية المنظمة ج. اشباع حاجات المستهلكين د. جميع ما سبق
2. جميعها من العوامل المرتبطة بشدة مع الشركة وتؤثر علي قدرتها في خدمة العملاء ما عدا:
أ. المنافسون ب. الموردون ج. المنظمات الاجتماعية د. المستهلكون
3. جميعها من عناصر المزيج التسويقي ما عدا:
أ. البيع ب. السعر ج. الترويج د. المنتج
4. التقسيم حسب الموقف الشرائي يُعتبر من أسس تجزئة السوق:
أ. النفسية ب. السلوكية ج. الاجتماعية د. الديموغرافية

الرقم	1	2	3	4
الإجابة				

(2 درجة)

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

- 1 (-----) الحكم من قبل المستهلك حول قيمة وقدرة السلع على تلبية رغباته.
- 2 (-----) نشاط انساني موجه إلى اشباع الحاجات والرغبات من خلال عمليات التبادل.
- 3 (-----) خطة طويلة الأمد لاستخدام الموارد التنظيمية في تحقيق الأهداف التسويقية للمنظمة.
- 4 (-----) مجموعة من العوامل أو القوى أو المتغيرات أو الظروف أو القيود التي تحدد سلوك المنظمة أو طرق التصرف اللازمة لنجاحها وبقائها أو تحقيق أهدافها.

اسم المحاضر : أ. حمدان المصري
أ. رائف بركة
أ. فاطمة العاصي

جامعة فلسطين



الامتحان النصفى (الأول)
للفصل الدراسي الثاني
2019-2018

رقم المساق: MGNA2304
اسم المساق : تسويق
تاريخ الامتحان: 2019/03/
عدد الأسئلة: (3) أسئلة
زمن الامتحان: ساعة واحدة
استخدام الآلة الحاسبة (لا)

(3 درجات)

السؤال الثاني: وضع/ي الفرق بين كلاً مما يلي:

السوق الصناعي	السوق الاستهلاكي	
		1
المنفعة الحيازية	المنفعة المكانية	
		2
وسطاء التسويق	الموردون	
		3

(6 درجات)

السؤال الثالث: أجب عن الأسئلة الآتية :

(3 درجات)

أ. تحدث/ي عن أسباب الاهتمام بالتسويق.

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

ب. نجاح أي شركة يتوقف على مدى قدرتها على تكيف مزيجها التسويقي مع التطورات المختلفة في بيئتها ، ناقش/ي

(3 درجة)

ذلك.

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

انتمت الأسئلة

مع تمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح