

**الجزء الأول:**

1. ما هو الفرق بين البيع الشخصي والتسويق المباشر؟ **2 نقطة**

يعتبر كلا منها من عناصر الاتصال التسويقي الشخصية؛

ويكمن الاختلاف بينهما في كون البيع الشخصي يتم بشكل مباشر بين البائع والمشتري في المتاجر وفروع البيع (وجهها) في حين يحتاج التسويق المباشر إلى وسائل في العملية الاتصالية (الهاتف، برامج التواصل الاجتماعي....الخ)

2. ما هو الفرق بين المستهلك والزبون والمشتري؟ **3 نقاط**

المستهلك: هو المستخدم النهائي للمنتج، والذي قد يكون فرداً أو عضواً في مؤسسة أو منظمة ما، ويشتري المنتج لغرض الاستهلاك الشخصي أو العائلي. (1ن)

المشتري : هو "الوكيل أو المكلف بالشراء نيابةً عن الآخرين ". (1ن)

الزبون: يستخدم هذا المصطلح غالباً في المؤسسات البنكية، والمكاتب، ومؤسسات الاتصال، وشركات التأمين. ويعزى ذلك إلى العلاقة الوطيدة بين الزبون والمؤسسة، حيث تسود الألفة واستمرارية التعامل، ما يجعل المؤسسة توفر الزيائن اهتماماً يتجاوز مجرد بيع المنتج. (1ن)

3. عادة ما تبني المنظمة تسويير منتجاتها الجديدة على استراتيجية أساستين، ذكرها مع شرح مختصر. **4 نقاط**

**إستراتيجية كشط السوق** حيث يتم تحديد أسعار عالية للمنتج من أجل تعظيم الأرباح في المدى القصير واسترداد كمية من النقد في أقصر فترة.

**استراتيجية اختراق السوق:** حيث تقوم المنظمة بتخفيض السعر من أجل زيادة المبيعات وتوسيع الحصة السوقية .

**الجزء الثاني : السؤال 1:** علق على العبارات التالية بصح أو خطأ مع تصحيح الخطأ **(6 نقاط)**

1. في اعتقادك وبعد دراستك لعناصر النشاط التسويقي ، هل الرغبة تسبق الحاجة؟ **خطأ**

الحاجة هي التي تسبق الرغبة وليس العكس ، فالحاجة تكون في مرحلة أولى فهي شعور بحرمان شيء ضروري لحياة الإنسان ، يتم اشباعه بالعديد من الطرق والتي تمثل الرغبات ، أي أن الرغبة هي الطريقة التي يتم بها تلبية الحاجة.

2. يعد الإعلان من عناصر المزيج التسويقي ؟ **خطأ**

الإعلان هو أحد عناصر المزيج الترويجي (الترويج) الذي يمثل في الأساس عنصر من عناصر المزيج التسويقي ، ويضم المزيج الترويجي العديد من الأنشطة إضافة إلى الإعلان كترقية المبيعات والبيع الشخصي والعلاقات العامة،...الخ

3. الدور الرئيسي للتسويق هو اتاحة مجموعة من المنتجات في الأسواق؟ (يرتبط الطلب على المنتجات بمدى توفرها بالأسواق؟ **خطأ**)

الدور الرئيسي للتسويق هو توليد طلبات جديدة، أو البحث عن حاجات غير مشبعة ثم العمل على تلبية تلك الحاجات أو الطلبات.

4. الرغبة في الشراء لا تكفي لطلب المنتجات ما لم تصاحبها قوة الشراء. **صحيح**

**السؤال 2: اختار الإجابة أو الإجابات الصحيحة بوضع علامة (X) (5 نقاط)**

1. استراتيجية..... تحدد أقصى سعر للمنتج الجديد بغرض الحصول على أقصى ربح ممكن في الأجل القصير .

**أ- كشط السوق**      ب- اختراق السوق      ج- كل ما سبق      د- لا شيء مما سبق

2. ..... هي تلك المخاطر التي تعكس عدم إعجاب الآخرين من الأصدقاء الجيران والأقارب بالمنتج الذي تم شراؤه.

**أ- المخاطر الاجتماعية**      ب- المخاطر المادية      ج- المخاطر النفسية      د- المخاطر الشخصية

3. يطلق على قيام شركة جهينة بإنتاج تشكيلة من المواد الغذائية ذات الشهرة العالمية فهي تقدم الزبادي العادي وبالفراولة وبالخوخ والمانجو كما أنها تقدم اللبن كامل الدسم ونصف الدسم وخالي الدسم بالإضافة إلى مجموعة العصائر ذات الشهرة العالمية وهي المانجو والجوافة والتفاح.

**أ- خط المنتج**      ب- **مزيج المنتجات**      ج- لا شيء مما سبق      د- كل ما سبق

4. ..... هي تتعلق بالأضرار الصحية والجسدية التي يمكن أن تصيب الفرد من وراء استخدامه للمنتج.

**أ- المخاطر الاجتماعية**      **ب- المخاطر المادية**      ج- المخاطر النفسية      د- المخاطر المالية

5. ..... تشير الى قيام المستهلك النهائي بجمع معلومات عن المنتج من الصحف والمجلات وبعض المؤسسات العامة.

**أ- مصادر شخصية**      ب- مصادر تسويقية      ج- **مصادر عامة**      د- التفاعل الشخصي

6. هي تلك السلع التي تشتري بعد أن يقوم المستهلك ببذل جهداً كبيراً في تسويقها وذلك من خلال قيامه بعقد عدد من المقارنات بين البدائل على أساس عدد من الخصائص أو الملامح والتي يرى المستهلك أنها تختلف اختلافاً ملحوظاً بين البدائل المتاحة أمامه منها.

**أ- السلع سهلة المنال**      ب- **السلع الخاصة**      ج- سلع التسوق المتتجانسة      د- لا شيء مما سبق

7. من العوامل المؤثرة على تسويير المنتج.

**أ- التكاليف**      ب- هيكل المنافسة      ج- توقعات العملاء      د- كل ما سبق

8. ..... ينطوي على بعض الوسائل مثل تقديم العينات المجانية والجوائز والمكافآت والعروض التجارية والكوبونات والهدايا.

**أ- النشر**      ب- الإعلان      ج- **تنشيط المبيعات**      د- العلاقات العامة

9. ..... يشير إلى الترويج لبعض القضايا الاجتماعية الهامة في المجتمع وتسويق الأفكار هذه القضايا بين أفراد المجتمع.

**أ- المفهوم التسويقي**      **ب- المفهوم الاجتماعي للتسويق**      ج- نشاط التسويق الاجتماعي      د- المفهوم الإنتاجي

10. إن عملية تقسيم السوق الكلي إلى عدد من القطاعات على أساس العمر والنوع والدخل والمهنة والتعليم ولون البشرة والديانة والجنسية والحالة الاجتماعية و الطبقة الاجتماعية يطلق عليه .....

**أ- الأساس الجغرافي**      ب- الأساس السلوكي      ج- **الأساس الديمغرافي**