

امتحان السادس السادس لقياس التسويق لسنة الثالثة ليسانس تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسات

اللقب :  
الاسم :  
الفوج :

الجزء الأول:

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

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

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

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

3. عادة ما تبني المنظمة تسويير منتجاتها الجديدة على استراتيجيتين أساسيتين، أذكرها مع شرح مختصر. 4 نقاط

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

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؟

.....  
.....

2. يعد الإعلان من عناصر المزيج التسويقي ؟

.....  
.....

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

.....  
.....

4. الشراء لا تكفي لطلب المنتجات ما لم تصاحبها قوة الشراء.

**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 البديل على أساس عدد من الخصائص أو الملامح والتي يرى المستهلك أنها تختلف اختلافاً ملحوظاً بين البديل المتاحة أمامه منها.
- أ- السلع سهلة المنال      ب- السلع الخاصة      ج- سلع التسوق المتGANسة      د- لا شيء مما سبق
7. من العوامل المؤثرة على تسعيير 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