

**التصحيح النموذجي الامتحان الاستدراكي للسادسي السادس لقياس التسويق لسنة الثالثة ليبسانس**  
**تخصص إقتصاد وتسويق المؤسسات**

**الجزء الأول: اجب بـ صحيح أو خطأ على الأسئلة: (10 نقاط)**

الرقم	الفقرات	صح / خطأ
01	يرجع أصل الكلمة التسويق إلى الكلمة الإنجليزية "Marketing"	صحيح
02	ال حاجات في تمثل المنطلق في الدراسة التسويقية ويعمل على ترجمتها إلى سلع	صحيح
03	المنتجات هي المتاح من السلع المادية أو الخدمية تشيع حاجات الفرد.	صحيح
04	من الأسباب الرئيسية للاهتمام بالتسويق عدم وجود المنافسة	خطأ
05	من بين العناصر الرئيسية التي يقوم عليها المفهوم الاجتماعي للتسويق هو التركيز على احتياجات المستهلك وعدم التركيز على احتياجات المجتمع	خطأ
06	البيئة التسويقية هي مجموعة القوى الداخلية والخارجية التي لا تؤثر على نشاط المؤسسة	خطأ
07	تعتبر البيئة التسويقية الإطار الذي يحيط بالمؤسسة ونشاطها التسويقي	صحيح
08	التسويق يقتصر فقط على بيع المنتجات.	صحيح
09	السعر هو العنصر الوحيد في المزيج التسويقي الذي يحقق الإيرادات.	خطأ
10	التوزيع الكثيف يستخدم غالباً مع السلع اليومية.	صحيح
11	الإعلان هو نفسه الترويج.	صحيح
12	دراسة سلوك المستهلك لا تعتبر من مهام التسويق.	صحيح
13	تحليل SWOT يستخدم لتقدير المنتجات فقط.	خطأ
14	الترويج لا يشمل البيع الشخصي.	صحيح
15	من أهداف التسويق تحقيق رضا المستهلك فقط دون النظر إلى الربح.	صحيح
16	السوق المستهدف هو الفئة التي توجه لها المؤسسة جهودها التسويقية.	صحيح
17	الإعلان الشفهي يُعد من أدوات المزيج الترويجي.	صحيح
18	تخفيض الأسعار يعتبر من استراتيجيات الترويج.	صحيح
19	التسويق الإلكتروني لا يدخل ضمن مجالات التسويق التقليدي.	صحيح
20	اسم العلامة التجارية له تأثير على سلوك المستهلك الشرائي.	صحيح

السؤال الثاني : أجب على الأسئلة التالية (10 نقطة)

### ● عرف التسويق وأذكر أهم مراحل تطوره ؟

تعريف التسويق: عملية وضع الخطط الالزمة لسياسات التسويق والترويج والتوزيع المتعلقة بالإنتاج السلعي والخدمي للوصول الى اجراء عملية تبادل لخدمة أهداف الافراد والمنظمات.

مراحله: مرحلة التوجه الإنتاجي - مرحلة التوجه بالمنتج - مرحلة التوجه البيعي - مرحلة التوجه التسويقي - مرحلة التوجه الاجتماعي للتسويق-

### ● أذكر العناصر الأساسية للتسويق (بدون شرح) ؟

الجادات - الرغبات - الطلب- المنتجات - التبادل - العلاقات والشبكات - الأسواق

### ● ما الفرق بين السوق الكلي والسوق المستهدف؟

السوق الكلي: هو الحجم الكامل للسوق الذي يمكن لمنتج أو خدمة أن تستهدفه، أي إجمالي الطلب المحتمل على المنتج أو الخدمة إذا استحوذت الشركة على 100% من السوق.

السوق المستهدف: هو جزء محدد من السوق الكلي يتم اختياره بناءً على خصائص معينة مثل الديموغرافية، الجغرافية، السلوكيات، والاهتمامات، وهو الجمهور الذي توجه الشركة جهودها التسويقية له بشكل مباشر

### ● اذكر الفرق بين الإعلان والترويج ؟

الإعلان هو جزء من الترويج، ويعتبر أداة اتصال تهدف إلى جذب انتباه العملاء المحتملين نحو منتج أو علامة تجارية أو خدمة معينة.

يركز الإعلان على إيصال رسالة محددة باستخدام وسائل إعلام متعددة مثل التلفزيون، الراديو، الإنترن特، واللافتات، ويهدف إلى بناء صورة العلامة التجارية وزيادة الوعي بها.

الترويج هو مفهوم أوسع يشمل جميع الأنشطة التي تهدف إلى تحفيز العملاء على شراء المنتج أو الخدمة، وهو أحد عناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، المكان، الترويج).

يشمل الترويج الإعلان، بالإضافة إلى ممارسات أخرى مثل البيع الشخصي، التسويق المباشر، العروض الترويجية، العلاقات العامة، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.