



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

اسأله واجوبه لماده تسويق الخدمات الصحية HHS412 (مع تحياتي لكم بالتوفيق أبو حاتم)

√	١	زادت أهمية التسويق نتيجة لتطور المجتمعات .
×	٢	الرغبات : هي الأساسيات التي يسعى الانسان للحصول عليها .
√	٣	يتم اشباع حاجات الافراد ورغباتهم عن طريق المنتجات التي يحصلون عليها .
√	٤	يستخدم مصطلحات منتج للإشارة الى سلعة او خدمة.
×	٥	يعتمد التسويق في تصميمه لبرنامج المؤسسة الصحية على ذوق البيع الشخصي.
×	٦	المستهلك المريض لا يعتبر الركيزة الأساس لبناء الاستراتيجيات والخطط .
√	٧	الهدف من النشاط التسويقي في المؤسسة الصحية تلبية حاجات المستهلكين ورغباتهم .
√	٨	إن نجاح الخدمة الصحية وتسويقها يضم عدد من المنتجين لها .
×	٩	القانون يشترط موافقة ولي الأمر على اجراء عملية جراحية للمرضى الذين تقل أعمارهم عن خمسة عشر عاماً
√	١٠	الادراك : هو العملية التي تتم من خلالها معرفة المريض بالأشياء المحيطة به عن طريق حواسه .
×	١١	التحفيز هو مجموعة التغيرات الحاصلة في سلوك الفرد والنتيجة عن تراكم الخبرات السابقة لديه .
√	١٢	الموقف : هو التقييم الثابت لدى الفرد نحو شيء معين وقد يكون سلبياً او ايجابياً .
×	١٣	يعتبر التخطيط التسويقي اختياري وليس واجب في المستشفى او المؤسسات الصحية .
√	١٤	التسويق هو إدراك وفهم وتحفيز وإرضاء حاجات ورغبات الأسواق المستهدفة .
√	١٥	عملية إقرار أنية لما سيتم عمله في المستقبل تعرف بالتخطيط التسويقي .
×	١٦	الخطط التسويقية طويلة الأمد تمتد الى اكثر من سنتين وقد تصل الى خمس سنوات .
√	١٧	يعتبر المخطط التسويقي متوسط المدى أقل عرضه للخطأ من حيث تحقيق أهدافه مقارنة مع الخطط طويلة الأمد .
√	١٨	نموذج التمايز يمكن اعتماده من قبل المنظمات عندما تجد بانها تتعامل مع اكثر من سوق واحد .
√	١٩	من المعايير الرئيسية في تجزئة السوق الصحي المتغيرات الجغرافية .
×	٢٠	نمط الحياة يرتبط الى حد كبير من تشابه الشريحة الاجتماعية .
√	٢١	تجانس الشريحة الاجتماعية يتوقف على التشابه المشترك في القيم والاهتمامات والسلوك .
×	٢٢	من ميزات استراتيجية التسويق غير المتجانسة انها تساعد على رفع التكاليف .
√	٢٣	المتغيرات المتعددة : تعني استخدام المؤسسة الصحية أكثر من متغير واحد لتقسيم السوق .
×	٢٤	الترميز المرسل هو المضمون أو المحتوى لعملية الاتصال بين العاملين كافة والمرضى في المستشفى .
√	٢٥	الضوضاء هي عملية التشويش التي تصاحب عملية الاتصال .
×	٢٦	من شروط عملية التبادل وجود شخص واحد .
×	٢٧	يسعى التسويق الصحي في جذب تبادل اجباري بين المريض والمستشفى .
×	٢٨	لا يمكن اعتبار السعر من عناصر المزيج التسويقي .
×	٢٩	التوجه نحو المبيعات لا يركز على زيادة الحصة السوقية .
×	٣٠	في التوجه نحو المبيعات نقطة البداية هو السوق المستهدف .
×	٣١	كافة رغبات المرضى يمكن ارضاءها .
×	٣٢	مدخل التفاوض الاجتماعي ليس من أهدافه التفاعل مع المجتمع .
×	٣٣	من السهل تطبيق المعايير الاقتصادية على الخدمات الصحية .
×	٣٤	موقع المستشفى لا يمكن اعتباره من المحيط المادي .
×	٣٥	مزاج المريض لا يؤثر على شراء الخدمة الصحية .
×	٣٦	تأثير العائلة على شراء الخدمة الصحية بالنسبة للمريض قليل جداً .
×	٣٧	التخطيط التسويقي لا يعتمد على اهداف المنظمة الصحية .
×	٣٨	الخطط التسويقية طويلة الأمد تمتد الى خمس سنوات .
×	٣٩	يمتاز التخطيط التسويقي طويل الأمد بانه تخطيط غير معقد .
×	٤٠	كفاءة الكادر الطبي والتمريضي تعتبر من عناصر البيئة الخارجية .
×	٤١	الاستراتيجية عباره عن تصميم محدد لتحقيق الأهداف على المدى الحالي وليس لها علاقة بالمستقبل .
×	٤٢	عناصر المزيج التسويقي للسلع هي خمسة عناصر .
×	٤٣	التسويق المستهدف تقوم المؤسسة الصحية باختيار سوق صحي واحد .
×	٤٤	التفضيلات المتجانسة تعني ان تفضيلات المرضى مختلفة وغير متشابهة .
×	٤٥	استراتيجية التسويق غير المتجانسة تسمى استراتيجية التسويق الجزئي .
×	٤٦	هناك استراتيجية افضل من استراتيجية .
×	٤٧	عناصر نظام الاتصال تتضمن عنصرين .
×	٤٨	لا يمكن اعتبار الإعلان احد عناصر المزيج الترويجي .
×	٤٩	في حالات الرسالة عندما تكون طارئة يتم استخدام البريد والصحف .
×	٥٠	يعتبر الإعلان المرتبة الأولى في تسويق السلع الصناعية .
×	٥١	التسويق هو مجموعة من العمليات التي تحدث التوزيع والترويج للخدمات والأفكار .
√	٥٢	الحاجات هي الأساسيات التي يسعى المريض لتحقيقها .
√	٥٣	الطلب تحويل الحاجه او الطلب الى فعل حقيقي .
√	٥٤	السوق الصحي هو الذي يلتقي البائع والمشتري فيما بينهما .
√	٥٥	التسويق الصحي هو التحليل والتخطيط والتنفيذ على البرامج التسويقية .
√	٥٦	الهدف من التسويق الصحي حصوله على حصه سوقيه اكبر من المرضى .

✓	٥٧	المرحلة الأولى من مراحل التسويق الصحي تتضمن البيئة والمنافسة .
✓	٥٨	تجزئة السوق تبحث عن الحاجات المستجدة وليست السائدة .
✓	٥٩	المفهوم الاجتماعي للتسويق يركز على الربح .
✓	٦٠	مدخل الواجب الاجتماعي لا يهتم بأنشطة غير ربحية .
✓	٦١	التسويق الصحي يساعد على الاستثمار الأمثل لموارد المستشفى .
✓	٦٢	يركز التسويق على مفهوم الإدارة العقلانية .
✓	٦٣	التسويق الصحي الجي يؤدي الى جذب الأطباء ودعم المجتمع .
✓	٦٤	تمتاز خدمات المستشفى بانها عامه وموجه للمرضى
✓	٦٥	تعني درجة التباعد هو مقدار الانتشار الجغرافي والاتساع في خدمات المستشفى .
✓	٦٦	المستهلك يعتبر الركيزة الأساسية لبناء الاستراتيجيات والخطط .
✓	٦٧	الأصدقاء يعتبرون من المحيط الاجتماعي للمريض .
✓	٦٨	يختلف سبب شراء السلعة عن الخدمات الأساسية .
✓	٦٩	الثقافة العامة هي عبارة عن التراكم المعرفي لمفاهيم يستخدمها المجتمع .
✓	٧٠	يمكن اعتبار المهنة من ضمن الشريحة الاجتماعية .
✓	٧١	يعتبر العمر من العوامل الشخصية للمريض .
✓	٧٢	الشخصية هي استجابة الفرد المتميزة للمتغيرات او الاحداث وكيفية توافقه معها .
✓	٧٣	التحفيز هو شيء خارجي يؤثر على السلوك للمريض ؟
✓	٧٤	التعلم هو مجموعة من المتغيرات الحاصلة في سلوك الفرد الناجمة عن تراكم الخبرات السابقة لديه .
✓	٧٥	المرض يعتبر المنبه الداخلية للمريض .
✓	٧٦	مرحلة تقييم البدائل تنتهي باختيار افضل البدائل المتاحة للمريض من حيث العلاج .
✓	٧٧	تساعد التغذية العكسية المريض في تحديد صحة قراره من عدمه .
✓	٧٨	تحقيق المنفعة تتمثل بشفاء المريض او الحد من المضاعفات او تخفيف الألم .
✓	٧٩	التخطيط التسويقي هو نشاط اجباري بالنسبة للمؤسسة .
✓	٨٠	التخطيط التسويقي يهتم بالموارد المتاحة بالمؤسسة الصحية .
✓	٨١	الاستثمار الأمثل يؤدي الى تقليل التكاليف الثابتة او المتغيرة .
✓	٨٢	التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة الصحية يهتم بالتحليل البيئي للمستشفى .
✓	٨٣	الاستراتيجيات هي الخطط المرتبطة مع السوق المستهدف وتتضمن عناصر المزيج التسويقي .
✓	٨٤	من الأمثلة على رسالة المستشفى تقديم الخدمات الوقائية العلاجية .
✓	٨٥	التحليل البيئي هو عملية الموازنة بين البيئة الداخلية والخارجية .
✓	٨٦	الفرص هي عبارة عن إمكانية استثمار فرص في مجالات معينة مستقبلا من خلال وضع خطط مبرمجه لذلك .
✓	٨٧	التهديدات تعتبر العوائق التي تعيق تحقيق اهداف المستشفى .
✓	٨٨	نقص عدد الأسرة يعتبر من عوامل الصعف في البيئة الداخلية .
✓	٨٩	الأهداف هي عبارة عن ترجمة واضحة لرسالة المستشفى .
✓	٩٠	تطوير استراتيجية التوسع والانتشار في السوق او الخدمة تعني ماهي المنتجات او الخدمات التي يمكن اضافتها للسوق .
✓	٩١	عناصر المزيج التسويقي للخدمات الصحية سبعة عناصر .
✓	٩٢	من وظائف الرقابة والتغذية العكسية الح من الانحرافات وتعديلها بالوقت المناسب .
✓	٩٣	من أسباب فشل البرنامج التسويقي هو النظر الى ان النشاط اجتهادات شخصيه .
✓	٩٤	تجزئة السوق هو جعل السوق الشامل على شكل قطاعات تسويقية مختلفة .
✓	٩٥	التسويق الواسع الشامل يستخدم هذا النموذج عندما تمتلك المؤسسة الصحية فرص الإنتاج والتوزيع في سوق واحد .
✓	٩٦	من خطوات التسويق المستهدف ان تكون تلك الأسواق المستهدفة تتمتع بفرص تسويقية .
✓	٩٧	من المعايير الرئيسية في تجزئة السوق المتغيرات الجغرافية .
✓	٩٨	من اهم مؤشرات العناصر السلوكية للشراء ضرورة الشراء والبحث عن منافع .
✓	٩٩	استراتيجية التسوق المركز تستخدم عندما توجد اختلافات في السوق المستهدف .
✓	١٠٠	مفهوم الاتصالات هو نقل وتسليم الرسائل اللفظية وغير اللفظية بهدف احداث استجابة من خلال استخدام اشكال الاتصالات المختلفة .
✓	١٠١	قد يكون شكل الاتصالات على شكل رموز في المنطقة الصحية .
✓	١٠٢	يعتبر الترويج احد عناصر المزيج التسويقي .
✓	١٠٣	من أساليب الترويج المستخدمة بالمستشفى المعارض الطبية الثابتة .

نموذج أسئلة عام ١٤٣٦-١٤٣٧هـ

✓	١	درجة التباعد تعني الانتشار الجغرافي لخدمات المؤسسة الصحية
✓	٢	المفهوم التسويقي للخدمات الصحية يركز على حاجيات المستهلك وليس البائع
×	٣	تطبيق المؤسسة الصحية للمفهوم الاجتماعي للتسويق يؤدي الى عدم التركيز على حاجات ورغبات المرضى .
×	٤	تجزئة السوق تعني جعل السوق الصحي على شكل قطاع واحد
✓	٥	يعتبر الإعلان من اهم العناصر الترويجية المستخدمة في القطاع الصحي
×	٦	الانتقاد الذي وجه الى التوجه التسويقي بانه لا يناسب المستشفيات .
×	٧	تعريف الجمعية الامريكية للتسويق الصحي ركز على المفاهيم المتعلقة بالتسعير والترويج ولم يركز على التوزيع للسلع والخدمات .
×	٨	التسويق الصحي يبدأ بعد مرحلة تقديم الخدمة للمريض
×	٩	ركز كوتلر بتعريفه للتسويق الصحي على الحاجات والرغبات ولم يتناول موضوع الطلبات .
×	١٠	حاجات وطلبات ورغبات المرضى متشابهة بين كافة المرضى مما سهل عملية التسويق الصحي .

×	الحاجات الصحية هي الرغبات التي يرغب المريض تحقيقها .	١١
√	ينجم عن الطلب عملية شراء السلع والخدمات .	١٢
×	العلاقات التسويقية في القطاع الصحي تسعى الي بناء علاقات قصيرة المدى مع المرضى .	١٣
√	الرضا يمثل النتائج المتحققة من الاستخدام للسلعة او الخدمة الصحية .	١٤
×	يهدف التسويق الصحي الى الحصول على حصة سوقية اقل من المرضى لتحسين جودة الخدمة الصحية .	١٥
×	السوق الصحي يركز على المستهلكين الحاليين اما المستهلكين المحتملين مستقبلاً ليس من اختصاص التسويق الصحي .	١٦
×	التغذية العكسية في التسويق الصحي لا تتضمن إجراء العمليات التصحيحية على البرنامج التسويقي .	١٧
√	التخصص ساعد على زيادة الحاجة للخدمات التسويقية .	١٨
√	تجزئة السوق الصحي تبحث عن الحاجات الحالية للمرضى .	١٩
×	المرحلة الأولى للتسويق الصحي تركز على البيئة اما المنافسة تأتي في المرحلة الثانية .	٢٠
×	المفهوم التسويقي يركز على حاجات المريض بينما المفهوم البيعي يركز على حاجات المؤسسة الصحية .	٢١
×	المرحلة الثالثة في التسويق الصحي تركز على وضع الأهداف والمعايير .	٢٢
×	كافة رغبات المرضى يمكن ارضاؤها من خلال التسويق الصحي .	٢٣
×	يركز التسويق الصحي على تحويل طلبات المرضى من طلبات وقائية الى طلبات علاجية .	٢٤
×	التكامل التسويقي للمؤسسة الصحية يتضمن تحليل السوق والتخطيط ولا يشتمل على عنصر الرقابة .	٢٥
√	التسويق الصحي يركز على السوق المستهدف اكثر من تركيزه على السوق الشامل .	٢٦
√	الاطهار المادي يعتبر من عناصر المزيج التسويقي للخدمات الصحية .	٢٧
√	التوجه نحو المبيعات يركز على الجهود البيعية اكثر من تركيزه على تغيير الخدمات والمنتجات الصحية .	٢٨
×	يمكن اعتبار اقارب المريض من ضمن المحيط المادي للمريض .	٢٩
×	تطوير الأنشطة الترويجية تتضمن الإعلان والبيع الشخصي ولا علاقة لها بالعلاقات العامة .	٣٠

اسالة وحل صح وخطأ عام ١٤٣٧-١٤٣٨هـ

×	برزت أهمية التسويق منذ أقدم العصور بهدف التبادل السلعي واشباع حاجات الشركات والمصانع ؟ (الافراد)	١
×	زاد أهمية التسويق نتيجة تطوير المجتمعات وتنوع وسائل السفر ؟ (الاتصالات)	٢
×	أصبحت وظيفة الترويج ووظيفة البيع اللوظيفة الاساسيتان لتحقيق الرضا لعموم افراد المجتمع ؟ (التسويق والإنتاج)	٣
√	عرفت جمعية التسويق الأمريكية التسويق القيام بالأنشطة المختلفة لا يحدث تدفق مباشر للسلع والخدمات من المنتج للمستهلك	٤
×	التسويق هو تلك العمليات الإدارية التي يتم بواسطتها تحقيق التلائم بين الافراد وما تتطلبه الجماعات ؟ (المنتجات والأسواق)	٥
√	التسويق هو من العمليات الاجتماعية والإدارية المنجزة بواسطة المستهلكين لتحقيق ما يريدونه من حاجات ورغبات .	٦
×	العمليات (Demands) هي الأساسيات التي يسعى الانسان الحصول عليها ؟ (الحاجات needs)	٧
×	الامنيات التي يرغب الافراد في تحقيقها تسمى الحاجات (Needs) ؟ (الرغبات Wants)	٨
×	يتم اشباع حاجات الافراد ورغباتهم عن طريق اشباع رغبات وامنيات الجميع ؟ (عن طريق المنتجات)	٩
√	التبادل هو تعبير عن سلوك المستهلك للحصول على السلع او الخدمة مقابل الثمن ؟	١٠
×	يعتبر الاستلام جوهر العمليات التسويقية ؟ (يعتبر التبادل)	١١
×	تعتبر عمليات التسويق الصحي صلة الوصل مع البيئة الداخلية والبيئة الخارجية للمؤسسة الصحية ؟ (الخارجية فقط)	١٢
√	المرحلة الأولى احد مراحل التسويق الصحي تتضمن فهم البيئة وحاجات وتوقعات المرضى والمنافسة ؟	١٣
×	المرحلة الثانية من التسويق الصحي هي مرحلة الرقابة والتي تتضمن بحث ومسح حاجات المرضى الحالية والمستقبلية ؟ (التخطيط)	١٤
×	يقوم التسويق الصحي على إنشاء البرامج الحاسوبية لتحقيق الاستجابات المرغوبة في السوق الخارجي ؟	١٥
×	التسويق الصحي يقصد به اختبار السوق المستهدف (target market) اكثر مما يعمل على ان يكون سوق محلي ؟ (سوق شامل)	١٦
×	الغرض من التسويق المساعدة في تحقيق اهداف المؤسسة الصناعية وزيادة مرونتها بالمقارنة مع المستهلك وتاجر القطاعي ؟ (الصحية)	١٧
√	المنتج عبارة عن السلع والخدمات والتي تشمل على " خدمات البيع ، خدمات الشراء ، فحوصات المنتج " ؟	١٨
×	المنتجات تتضمن الأمور التالية " المسافة - التدرج - الاستنتاج " ؟	١٩
×	يتم التوجيه نحو المنتج من خلال التركيز على استمرارية تقديم الخدمة ؟	٢٠
×	تحسين كفاءة الأنشطة التسويقية يؤدي الى تقليل التكاليف وزيادة الأرباح ؟	٢١
√	التسويق يقوم بتزويد الإدارة بمدخل علمي لتنفيذ الحد الأعلى من الكفاءة والفعالية في الأنشطة التسويقية في المستشفى ؟	٢٢
√	يتم التواصل مع افراد المجتمع من خلال معرفة المؤسسة الصحية باحتياجات المجتمع ؟	٢٣
×	على المؤسسة الصحية ان ترتبط ارتباطاً وثيقاً من الشركة التجارية بعيداً عن حاجات المرضى ؟	٢٤
×	البيئة الصحية هي عبارة عن تراكم معرفي وقيمي لمفاهيم يستخدمها المجتمع مع البيئة . يتم توريثها للأجيال القادمة ؟ (الثقافة العامة)	٢٥
√	المحيط المادي للمستشفى يتأثر بموقع المستشفى والاصوات والضوضاء والرائحة ؟	٢٦
×	احد العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك المحيط الفضائي ؟	٢٧
√	الهدف من شراء السلع اشباع حاجة عالية ؟	٢٨
√	السلوك الشرائي للمريض يتأثر بعدد العوامل أهمها مظهر كادر المستشفى العام ومستوى نظافته ؟	٢٩
×	العلاقة بين المريض والمستشفى يجب أن تستمر حتى شفاء المريض ؟ (حتى بعد شفاء المريض)	٣٠

اسالة ذكرها الدكتور بالمحاضرات ((مهمه))

√	الطلب يعني تحويل الحاجة او الرغبة الصحية الى فعل حقيقة	١
×	الحاجات هي الامنيات التي يرغب الافراد تحقيقها	٢
√	يتضمن التسويق الصحي حاجات وطلبات ورغبات المرضى	٣
×	تعتبر العلاقات العامة من اهم العناصر الترويجية المستخدمة بالقطاع الصحي	٤

×	التسويق الصحي يقتصر على المؤسسات الربحية	٥
√	المفهوم التسويقي يركز على حاجات المرضى	٦
√	المفهوم البيعي يركز على حاجات المؤسسة الصحية	٧
√	هناك رغبات للمرضى يمكن إرضاؤها من قبل المؤسسة الصحية	٨
×	يستطيع التسويق الصحي ان يحول طلبات المرضى من وقائية الى علاجية	٩

مادة تسويق الخدمات الصحية HHSM412

اختر الإجابة الصحيحة من ما يلي :-

١	عناصر نظام الاتصال تتضمن ما يلي :-	
١- الرسالة	ب- الترميز	ج- الاستجابة
د- جميع ما ذكر		
٢	من المتغيرات الرئيسية المستخدمة في تجزئة السوق الصحي ما يلي :-	
١- المتغيرات الجغرافية	ب- المتغيرات النفسية	ج- المتغيرات الديموغرافية
د- جميع ما ذكر		
٣	يعتبر من اهم العناصر الترويجية للخدمات الصحية .	
١- الإعلان	ب- العلاقات العامة	ج- البيع الشخصي
د- لا شيء مما ذكر		
٤	التفضيلات المتجانسة تتضمن ما يلي :-	
١- تفضيلات المرضى محددة	ب- تفضيلات المرضى المختلفة	ج- تفضيلات المرضى مختلفة وغير متشابهة
د- جميع ما ذكر		
٥	من خصائص الخدمات الصحية ما يلي :-	
١- التابين	ب- عدم الهلاك	ج- التلازم
د- أ + ج		
٦	من شروط عملية التبادل اثناء تقديم الخدمة الطبية ما يلي :-	
١- وجود طرف واحد اثناء عملية التبادل	ب- وجود طرفين او اكثر اثناء عملية التبادل	ج- الحرية في قبول او رفض الخدمة
د- ب + ج		
٧	من مؤشرات نجاح البرنامج التسويقي ما يلي :-	
١- درجة الاستقراب	ب- درجة التباعد	ج- معرفة الزمانية والمكانية
د- جميع ما ذكر		
٨	المحيط المادي للمستشفى يتضمن ما يلي :-	
١- تحليل البيئة	ب- دراسة الوضع التنافسي	ج- معرفة حاجيات المرضى وتوقعاتهم
د- موقع المستشفى		
٩	مزاج المريض يتضمن ما يلي :-	
١- تحليل البيئة	ب- الرقابة	ج- درجة التباعد
د- لا شيء مما ذكر		
١٠	العوامل الثقافية تتضمن العوامل التالية :-	
١- الشريحة الاجتماعية	ب- الاظهار مادي	ج- الترويج
د - جميع ما ذكر		
١١	العوامل الشخصية والتي تؤثر على شراء الخدمات الصحية تتضمن ما يلي :-	
١- تصميم الخدمة	ب- نمط الحياة	ج- العمر
د- ب + ج		
١٢	العوامل النفسية والتي تؤثر على شراء الخدمات الصحية تتضمن ما يلي :-	
١- التحفيز	ب- رفاهية ومصحة المريض	ج- الدخل
د- جميع ما ذكر		
١٣	عنصر الإدراك بالنسبة للمريض يتضمن :-	
١- ديمومة الخدمة	ب- درجة نظافة المستشفى	ج- زيادة القدرة التنافسية
د- أ + ب		
١٤	الاستثمار الأفضل للموارد من خلال النشاط التسويقي يؤدي الى ما يلي :-	
١- تقليل التكاليف الثابتة	ب- تقليل التكاليف المتغيرة	ج- زيادة القدرة التنافسية
د - جميع ما ذكر		
١٥	الخطط التسويقية طويلة الأمد تتضمن ما يلي :-	
١- تمتد الى سنتان	ب- تمتد بالتعقيد	ج- تمتاز بالوضوح التام
د- لا شيء مما ذكر		
١٦	يعتبر ما يلي مثال على عناصر الفرص التسويقية للمؤسسة الصحية في البيئة الخارجية :	
١- عقد اتفاقيات مع مراكز طبية متخصصة	ب- تعديل الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية	ج- ادخال تكنولوجيا جديدة
د- أ + ج		
١٧	الخطط التسويقية متوسطة المدى تمتاز بما يلي :-	
١- تمتد الى ٦ سنوات	ب- تنبثق من الخطط قصيرة المدى	ج- تعتبر اقل أخطاء مقارنة بالخطط طويلة الأجل
د - جميع ما ذكر		
١٨	من متطلبات السوق المستهدف ما يلي :-	
١- وجود فرص محدودة	ب- حجم السوق	ج- عدد السكان
د- ب + ج		
١٩	تتضمن الوظائف الرئيسية لنظام الاتصال ما بين المؤسسة الصحية والمجتمع ما يلي :-	
١- الرسالة المراد ارسالها للمجتمع	ب- الاستجابة للرسالة من قبل المجتمع	ج- القناة التي سيتم ارسال الرسالة من خلالها
د- جميع ما ذكر		
٢٠ هو احد عناصر المزيج التسويقي والذي يهدف الى اخبار واعلام المرضى بما يتوفر من خدمات طبية في المؤسسة الصحية :-	
١- الترويج	ب- أ + د	ج- الاظهار المادي
د- السعر		
٢١	من ميزات استراتيجية التسويق المركز :-	
١- تكلفة من حيث البحوث العلمية	ب- بنك استخدام مزيج تسويقي مختلف لكل جزء من السوق المستهدف	ج- انخفاض التكلفة نتيجة اعتماد مزيج تسويقي موحد
د- تحقيق عمق اكبر في الخدمات المقدمة في السوق		
٢٢	الهدف من نظام الاتصال سواء ما بين المستشفى والمجتمع او كادر المستشفى والمريض هو :-	
١- تحقيق الشفاء السريع للمريض	ب- الحيلولة دون حدوث خطر للمريض	ج- ارسال معلومة دقيقة تؤدي لإحداث تحسين في حالة المريض الصحية
د- جميع ما ذكر		
٢٣	الإدراك هو العملية التي تتم من خلال معرفة المريض بالأشياء المحيطة به عن طريق :-	
١- حواسه	ب- التحفيز	ج- التعلم
د- المعتقدات		

٢٤	من اهم المقومات في تقييم سلوك الفرد		
٢٥	التخطيط التسويقي متوسط المدى يمتد من :	ب- نمط الحياة	ا- العمر
٢٦	تفاصيل وضع خطة تسويقية يشمل :	ب- ١٠-٥ سنوات	ا- ٥-٢ سنوات
٢٧	زادت أهمية التسويق نتيجة :-	ب- تحليل الحالة	ا- الملخص
٢٨	الأساسيات التي يسعى الانسان للحصول عليها هي :	ب- تنوع وسائل الاتصال	ا- تطور المجتمعات
٢٩	من ضمن المعاملات التسويقية :-	ب- الحاجات	ا- الرغبات
٣٠	يعرف التحليل والتخطيط والتنفيذ والرقابة على البرامج المعقدة بدقة نحو تحقيق قيمة تبادلية اختيارية بهدف تحقيق اهداف المؤسسات من خلال الاستخدام الأمثل للسعر والاتصال والتوزيع :-	ب- الموزعون	ا- التبادل
٣١	من خلال التطور الفكري للتسويق الصحي فان التوجه التسويقي بدا من :	ب- التسويق التجاري	ا- التسويق
٣٢	أهمية التسويق في المستشفيات يتمثل في :	ب- ١٩٥٠-١٩٠٠	ا- ١٩٥٠-١٨٥٠
٣٣	زيادة رضى الزبون	ب- تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمرضى	ا- زيادة رضى الزبون
٣٤	جعل السوق الشامل على شكل قطاعات تسويقية مختلفة الا انها متجانسة في خصوصية ما تقدمه من سلع وخدمات مفهوم	ب- تحديد الحاجة	ا- الادراك للحاجة
٣٥	من عناصر القوة في البيئة الداخلية	ب- التسويق الواسع	ا- التسويق الراسي
٣٦	تسمى المقارنة بين ما يدفعه وما يتوقعه المريض من المستشفى في تجزئة السوق	ب- عدم استقرار بيئة المستشفى	ا- كفاءة الكادر الطبي وغير الطبي
٣٧	الامنيات التي يرغب الافراد تحقيقها هي :	ب- الخدمة	ا- الجودة
٣٨	استخدام المؤسسة الصحية أكثر من متغير واحد لتقسيم السوق تدرج تحت :	ب- الحاجات	ا- الرغبات
٣٩	من مميزات استراتيجية التسويق غير المتجانسة	ب- زيادة التكاليف	ا- قبول المستشفى
٤٠	من عيوب استراتيجية الاختلافات التسويقية :	ب- الميزة التنافسية	ا- الكلفة العالية
٤١	يلعب دور مؤثر في السلوك الشرائي بما يتفق مع أهداف المستشفى :	ب- المرسل	ا- المستلم
٤٢	الهدف من نظام الاتصال سواء ما بين المجتمع أو كادر المستشفى والمريض هو :	ب- الترويج الاستراتيجي	ا- التسويق المنتظم
٤٣	المضمون الذي تسعى المستشفى الى توضيحه لجمهور المرضى	ب- الرسالة	ا- الوسيلة
٤٤	يعتبر العنصر الثاني من عناصر المزيج الترويجي الصحي ويسمى في التسويق الصحي بالمحادثة الشفهية :	ب- العلاقات العامة	ا- البيع الشخصي
٤٥	العوائق التي تعيق اهداف المستشفى	ب- البيئة الخارجية	ا- ارتفاع الأسعار
اسالة ذكرها الدكتور بالمحاضرات ((مهمه))			
١	المزيج التسويقي للخدمات الصحية يتضمن	ب- المكان	ا- السعر
٢	الخطة الصحية التسويقية تشمل	ب- التكتيك	ا- الأهداف
٣	الأساسيات التي يسعى الانسان للحصول عليها تعرف	ب- الطلبات	ا- الرغبات
٤	يعتبر من اهم العناصر الترويجية للخدمة الصحية	ب- البيع الشخصي	ا- العلاقات العامة
٥	المضمون الذي تسعى المستشفيات توضيحه للمرضى تعريف :	ب- الرسالة	ا- الوسيلة
٦	من ضمن المعاملات التسويقية		

المستهلكون	ب- الموزعون	ج- التبادل	د -
٧	من عناصر القوة بالبيئة الداخلية		
١- عدم استقرار بيئة المستشفى	ب- نقص التنوع في بيئة المستشفى	ج- كفاءة الكادر الطبي وغير الطبي	د-
اسالة وحل اختيارات عام ١٤٣٧-١٤٣٨ هـ			
١	يعتمد التوجيه التسويقي (marketing orientation) على مجموعة أمور أهمها		
١- الأسلوب الأفضل بالنسبة للمستشفيات	ب- اله يركز على المناقشة	ج- انه يهدف في زيادة الأرباح	د- لا شيء مما سبق
٢	لا يرغب المستشفى في عمل أي شيء في توجه اجتماعي الا ضمن		
١- الطريقة	ب- النظام	ج- القانون	د- الأسلوب
٣	مدخل التفاعل الاجتماعي يرتكز اساساً على مجموعه معايير أهمها		
١- تفاعله مع بقية المؤسسات	ب- الرغبة في التفاعل مع المجتمع	ج- قدرته على تحمل الصعاب	د- كل ما سبق
٤	المؤسسات الصحية سواء كانت ربحية او غير ربحية بحاجة الى إدارة علاقتها مع		
١- المريض	ب- الأطباء	ج- نفسها	د- جميع العاملين
٥	المؤسسات الصحية بحاجة الى تحقيق		
١- إدارة فعالة	ب- أرباح	ج- مصالحها الذاتية	د- كل ما سبق
٦	التسويق يساعد المستشفى على		
١- ادراك قيمة الخسارة	ب- تعريف المريض	ج- تعريف المجتمع الكبير	د- لا شيء مما ذكر
٧	يتم قياس راي المستهلكين من خلال اجراء الدراسات والأبحاث للتعرف على		
١- راي العاملين من نوع الخدمة	ب- رأى المرضى عن الخدمات المقدمة	ج- السوق الكبير	د- المجتمعات
٨	يساعد التسويق الصحي في تحسين العلاقة في ما بين		
١- الأطباء والعاملين	ب- المريض والطبيب	ج- اهل المرضى والمستشفيات	د- كل ما سبق
٩	التسويق الصحي يساعد المستشفيات على استثمار الأرباح المحققة على شكل		
١- فرص استثمارية	ب- دراسات بحثية	ج- إجراءات عمل	د- مراجعات حسابية
١٠	يمكن		
١- الفائض المالي	ب- الفائض من الخدمات	ج- الكساد المالي	د- لتدقيق الحسابي
١١	يساعد التسويق الصحي على تحسين مستوى		
١- صوت المؤسسات الصحية	ب- العمليات الجراحية	ج- الخدمات المقدمة	د- الأرباح
١٢	يؤدي التسويق الى تزويد الإدارة بمدخل علمي لتنفيذ الحد من		
١- تقليل التكلفة	ب- الكفاءة والفعالية	ج- القدرة والسيطرة	د- الأرباح المثمرة
١٣	التسويق عملية إدارية الهدف منها زيادة		
١- رضا المرضى	ب- الطاقة التشغيلية	ج- صورة المنشأة الصحية	د- لا شيء مما ذكر
١٤	المستشفيات تقوم بإنتاج خدمات أكثر منها لسلع للمرضى وهذه الخدمات تتميز بـ		
١- عدم الملموسية	ب- التباين	ج- الهلاك والتلازم	د- كل ما سبق
١٥	تمتاز خدمات المستشفى بأنها عامو وموجهه الى		
١- جميع افراد المجتمع	ب- عامة المرضى	ج- فئة محددة من المرضى	د- كل ما سبق
١٦	زادت أهمية التسويق نتيجة ازدياد المنافسة		
١- في السوق	ب- في التجارة الدولية	ج- بين الافراد	د - بين المجتمعات
١٧	يتم اشباع حاجيات الافراد ورغباتهم عن طريق المنتجات التي		
١- يتم استخدامها	ب- يتم شراؤها	ج- يحصلون عليها	د- لا شيء مما ذكر
١٨	هو ما يمثل قدرة المستهلك على دفع النقود لشراء السلعة او الخدمة		
١- الكلفة	ب- النوعية	ج- البيع	د- التداول
١٩	هو تعبير عن سلوك المستهلك للحصول على السلع او الخدمة مقابل الثمن		
١- التبادل	ب- التعاون	ج- المنافع	د- الاستلام
٢٠	على المسوقين البحث عن		
١- التجارة	ب- المستهلكين	ج- الجودة والنوعية	د- السلع والمنتجات

تمنيتي لكم بالتوفيق والنجاح اخوكم ابو حاتم ،،،،

دعواتكم لي بالتوفيق،،،،