

٤٦. يمر الاقتصاد العالمي بفترات متعاقبة من الازدهار، الانكماش، الكساد، والتحسين وتسمى بـ :
 أ. النشاط التجاري
 ب. دورة حياة المنتج
 ج. الدورة الاقتصادية

٤٧. المرحلة التي ينخفض فيها معدل النمو بشكل كبير وتزداد نسبة البطالة:
 أ. مرحلة الانكماش
 ب. مرحلة الكساد
 ج. مرحلة الازدهار

٤٨. اي من التالي تعتبر من العوامل السكانية:
 أ. هيكل الاعمار
 ب. حجم الاسرة
 ج. كلاهما صحيح

٤٩. الشخص الذي يقترح في البداية شراء السلعة او الخدمة هو:
 أ. المؤثر
 ب. المبادر
 ج. المقرر

٥٠. تكمن اهمية الوسطاء في:
 أ. تخفيض كمية المخزون لدى المنتج والمستهلك
 ب. تخفيض السعر على المستهلك النهائي
 ج. خفاء هوية المنتج لأسباب دعائية

مع تمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ،،،

مهوم البيعي والمفهوم التسويقي تكمن في أن المؤسسات التي تتبنى المفهوم البيعي أكثر قدرة على البقاء في السوق
ب. تتبنى المفهوم التسويقي.

بلعة بمرحلة التقديم ثم النضوج وأخيراً مرحلة التدهور.

ج. تعتبر من أهم الأمور التي تحدد مدى قبول أو رفض المنتج من جانب المستهلكين.

د. حياة السلعة متشابهة في كل السلع.

بالتبين الرسومات والصور التي توضع على غلاف السلعة.

مرحلة الأخيرة في مراحل عملية الشراء هي اتخاذ القرار الشرائي.

٣٣. يجب أن تسعى المؤسسات التجارية إلى تحقيق أرباح مادية بغض النظر عن انضباط ممارستها بالقيم والأخلاق العامة.

٣٤. وسائل تنشيط المبيعات قد يكون هدفها المستهلك النهائي وقد يكون هدفها الوسطاء.

٣٥. ان مفهوم التغليف قد تطور في السنوات الأخيرة فلم يعد يقتصر على غرض حماية السلع من التلف، وإنما أصبح أيضاً وسيلة تسويقية للتأثير على اتجاهات المستهلك ورغبته في شراء السلع.

٣٦. المفهوم الانتاجي يقتضي ان المستهلك يفضل شراء السلع المتوافرة في الاسواق.

٣٧. المزيج السلعي والمزيج الترويجي مصطلحان لمعنى واحد.

٣٨. أدى المفهوم السلعي إلى ظهور ما يسمى بالقصور في الفكر التسويقي.

٣٩. التسويق لا يقتصر على السلع والخدمات بل قد يشمل الأفكار أيضاً.

٤٠. الاعلان هو وسيلة الاتصالات الشخصية مدفوعة الأجر بواسطة جهة معلومة.

الجزء الثاني: أجب عن الأسئلة التالية وذلك باختيار الاجابة (الاصح) ، وظللها في نموذج الاجابة:

٤١. الادوات التي تهدف إلى التأثير على حجم الطلب للسلعة أو الخدمة هي:

أ. كافة عناصر المزيج التسويقي

ب. التوزيع فقط

ج. الاتصالات التسويقية فقط

٤٢. يرتبط التسويق بـ:

أ. البحث عن المستهلك

ب. تطوير السلع وتسعيرها

ج. كل ما ذكر سابقاً

٤٣. عندما تكون هناك منافسة بين المؤسسات على السعر نستخدم المفهوم:

أ. التسويقي

ب. البيعي

ج. الانتاجي

٤٤. يجب على المؤسسات ان تكثف من نشاطها الترويجي لإقناع المستهلك بشراء منتجاتها وهذا يعرف بـ:

أ. المفهوم البيعي

ب. المفهوم الاجتماعي

ج. المفهوم السلعي

٤٥. تعتبر من أهم العناصر المقررة للبيئة التسويقية:

أ. البيئة الديموغرافية

ب. البيئة الاقتصادية

ج. البيئة التنافسية

اسم الطالب :
الرقم الجامعي :
ملاحظة هامة : لن يتم تصحيح نموذج الاجابة الا بعد تسليم ورقة الأسئلة والاجوبة الى لجنة الاختبار والتوقيع على كشف الحضور.

الجزء الاول : مستعيناً بالله سبحانه وتعالى ، أجب عن الأسئلة التالية وذلك باختيار الاجابة (صح) أو (خطأ) ، وظللها في نموذج الاجابة:

- يهدف التسويق الى تخطيط وتطوير السلع التي تشبع حاجات المستهلك ورغباته. ✓
- سادت فكرة تجزئة السوق منذ زمان بعيد وذلك عن طريق تكون مزيج تسويقي مختلف لكل فئة مستهدفة. ✓
- يقصد بسلع النزوة تلك التي يشتريها المستهلك ومن ثم يتم على شرائها. ✓
- إن التسويق لا يهتم فقط بزيادة الطلب على السلع من جانب المستهلك، بل لتنظيم الطلب ليتطابق مع الكمية المعروضة من السلع. ✗
- هناك ستة مستويات للتوزيع أحدها التوزيع الانتقائي. ✓
- تمر الدورة الاقتصادية بمراحل الازدهار، الانكماش، الكساد، والتحسين. ✓
- كلما قل عدد المشترين المرتقبين فان الاعتماد على البيع الشخصي أفضل نسبياً من الاعتماد على الاعلان. ✗
- من مزايا الاعلان بالبريد المباشر عدم انتباه المنافسين له. ✓
- الاعلان هو شكل مدفوع الثمن من الاتصال غير الشخصي. ✗
- سلوك الشراء لدى المستهلك الفرد يختلف عن المستهلك الصناعي الذي يقوم بشراء المنتجات بغرض انتاج سلع أو خدمات أو للاستعانة بها في أداء الأعمال. ✓
- تطلب الاستراتيجية التسويقية تحديد السوق المستهدف وتصميم المزيج التسويقي المناسب. ✓
- لم ما يميز الخدمات هي الصفات غير الملموسة. ✗
- شروط نجاح استراتيجية التغلغل عند تسعير منتج جديد وجود مجموعة من المستهلكين مستعدين لدفع سعر مرتفع في بداية تقديم لعة للسوق. ✓
- ثر هو أحد الأشخاص اللذين يشتركون في عملية اتخاذ قرار الشراء وهو الشخص الذي يقترح في البداية شراء السلعة أو الخدمة. ✓
- عمق المزيج السلعي بعدد خطوط المنتجات التي تقدمها المنشأة. ✓
- الخاصة هي تلك السلع التي تتميز ببسر وسهولة الشراء. ✓
- السوق هي من أوائل الخطوات التي يجب عملها من أجل وضع خطة تسويق ناجحة للشركة أو المؤسسة. ✓
- البيئة التسويقية كلاً من البيئات القانونية والأخلاقية والطبيعية والتكنولوجية. ✓
- حديد السوق المرتقب الى حد كبير على موارد الشركة وتجانس السلع وتجانس السوق. ✓
- يسرة هي تلك السلع التي تتميز بولاء المستهلك لها. ✓
- من وجهة النظر التسويقية هي العملية التي تشكل انطباعات ذهنية لمؤثر معين داخل حدود معرفة المستهلك. ✓
- نفسه ذروتها في مرحلة التقديم من دورة حياة المنتج. ✓
- كثف أكثر ملائمة للسلعة الاستهلاكية الميسرة. ✓
- عملية تخطيط وتنفيذ المفاهيم المتعلقة بتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع بهدف تحقيق أهداف الفرد والمنظمة عن ط

تقوم ببيع السلع والخدمات من أجل تسهيل حاجات المستهلكين. ✓