

بسم الله الرحمن الرحيم

طلبة كلية الاقتصاد/ نظام الدراسة عن بعد

أستاذ المادة/د. أحمد الشريف

اسم المادة/ مبادئ التسويق

**** الأسئلة الاسترشادية:

- الجزء الأول/ ضع علامة (√) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخاطئة :
- 1- يعرف النشاط التسويقي بأنه خلق لحاجات ورغبات المستهلك من سلع وخدمات () .
 - 2- يبدأ نشاط التسويق بمجرد إنتاج السلعة () .
 - 3- النظام التسويقي هو نظام كلي يتكون من مجموعة أنظمة فرعية تتمثل في المنتجات والتسعير والترويج والتوزيع () .
 - 4- تتمثل عناصر المزيج التسويقي في المنتجات والتسعير فقط () .
 - 5- يعد التبادل هو جوهر العملية التسويقية () .
 - 6- الرغبة هي الشعور بنقص في الإشباع لبعض السلع وهي توجد داخل الفرد نفسه () .
 - 7- من مهام مدير التسويق جعل السلع متاحة في الوقت والمكان المناسبين للعملاء () . 8- من خصائص السلع الخاصة انخفاض هامش الربح بها () .
 - 9- تمتاز مرحلة التقديم في دورة حياة السلعة بانخفاض حجم المبيعات () .
 - 10- من خصائص السلع الميسرة كبر الكميات المشتراة منها () .
 - 11- يعد الترويج أحد عناصر المزيج التسويقي () .
 - 12- من خصائص السلع الخاصة ارتفاع هامش الربح () .
 - 13- تمتاز مرحلة التقديم في دورة حياة السلعة بارتفاع حجم الأرباح () .
 - 14- يعد التوزيع أحد مكونات المزيج التسويقي () .
 - 15- التسويق يساعد في تخطيط الإنتاج () .
 - 16- مرحلة النضج لدورة حياة السلعة تتسم بأقصى معدل نمو للمبيعات () .
 - 17- هناك قناة واحدة فقط تستخدم لتوزيع السلع () .
 - 18- يعد غلاف السلع حلقة الوصل بين المستهلك والسلعة () .
 - 19- قناة التوزيع المباشر تحتوي على وسيطين أو أكثر بين المستهلك والمنتج () .
 - 20- يتكون المزيج التسويقي من البيع الشخصي والإعلان والتنشيط المبيعات والنشر () .
 - 21- من وظائف التسويق تحقيق المنفعة المكانية والزمنية () .
 - 22- يهتم التسويق بدراسة المستهلك أولاً ثم الانطلاق إلى إنتاج ما يلائمه () .

- 23- يعرف البيع الشخصي بأنه العمل الذي يقوم به البائع أثناء ممارسته بعمله بمنفذ التوزيع ().
- 24- يتم التركيز عند البيع الشخصي على ثلاثة نشاطات هامة تكمل بعضها البعض وهي فن البيع وخدمات ما بعد البيع والضمانات المقدمة ().
- 25- تنشيط المبيعات هي نشاطات الهدف منها تقليل معدل المبيعات وحصّة الشركة في السوق ().
- 26- الإعلان هو الرسالة من المعلن إلى المستهلك بهدف توجيه سلوكه ().
- 27- هناك مجال للحوار بين المعلن والمستهلك عند القيام بالإعلان ().
- 28- تستخدم وسيلة إعلامية واحدة في رسم لوحات إعلانية واحدة ().
- 29- من أهداف الإعلان التذكير بوجود سلعة ما في السوق ().
- 30- لا يلعب الإعلان دورا هاما في مجال تثقيف الأفراد المستهلكين ().
- 31- يحقق الإعلان إمكانية دخول أسواق جديدة لم تكن معروفة للسلعة من قبل ().
- 32- من مزايا الإعلان إضافة المزيد من التكلفة لسعر السلعة ().
- 33- هناك العديد من التقسيمات للإعلان منها تقسيم الإعلان من حيث السلعة ().
- 34- تتميز الصحف اليومية كوسيلة إعلانية بحسن تغطيتها للمناطق المحلية وارتفاع تكلفة إعلان بها ().
- 35- تعد طريقة اعتماد سعر السوق من أكثر الطرق استخداما في مجال التسويق ().
- 36- تستخدم طريقة كشط السوق من قبل المروجين الذين ينفردون بسلعة لا تتوفر إلا لديهم ().
- 37- تستخدم طريقة التسعير الإجمالي فقط في ليبيا ().
- 38- هناك العديد من سياسات التسعير منها سياسة السعر الثابت وسياسة تكسير السعر ().
- 39- يعد التوزيع المادي للسلع جانبا هاما من جوانب المزيج التسويقي ().
- 40- من مزايا التوزيع المباشر للسلع التعامل المباشر مع الزبون والتعرف على مواطن الشكوى من السلعة ().
- 41- من عيب التوزيع غير المباشر تقليل تكلفة السلعة نتيجة لتعدد حلقات التوزيع ().
- 42- يلعب التخزين دورا هاما في تحقيق المنفعة المكانية فقط ().
- 43- يساعد التخزين في تجنب مشاكل اختناقات التوريد من السلع ().
- 44- تعرف المنتجات بأنها شيء يمكن عرضه في السوق فقط لغرض الاستخدام ().
- 45- تقسم المنتجات إلى قسمين هاميين هما السلع المادية والخدمات ().
- 46- تقسم السلع من حيث الإنتاج إلى سلع وطنية و سلع مستوردة ().

- 47- من خصائص السلع الصناعية الرأسمالية أنها لا تشكل جزءا كبيرا من رأسمال المنظمة)
(.
- 48- السلع الميسرة هي تلك السلع التي تتميز بانخفاض أسعارها مع الحاجة الماسة لها () .
- 49- من مزايا العلم والتميز حماية السلعة من التقليد والحماية القانونية لمليتها () .
- 50- تحمل العلامة التجارية علامة الشركة التي أنتجت السلعة فقط () .
- 51- من خصائص العلامة التجارية الجيدة عدم التشابه مع العلامات التجارية المنشورة قبلها)
(.
- 52- من أهداف التغليف الجيد عدم تحقيق الإعلان في نقطة البيع () .
- 53- هناك العديد من العوامل التي تؤخذ بالاعتبار أهمها طبيعة السلع ذاتها () .
- 54- ليس لثمن السلعة دور في تحديد نوع الغلاف () .
- 55- يهدف التبيين إلى العديد من الأمور أهمها توفير الأمان والحماية للمستهلك () .
- 56- لا يساعد التبيين السلطات على حماية السوق من البضائع الممنوع تداولها () .
- 57- تدرج المنتجات هو ترتيب السلع أو الخدمات وفق درجات معينة تستند على أسعارها () .
- 58- من أهم الخصائص التي تتميز بها الخدمات أنها منظورة وقابلة للمس والمعينة بالحواس)
(.
- 59- هناك تأثير للجانب الشخصي لمقدم الخدمة على الخدمات المقدمة () .
- 60- سهولة تطبيق المعايير الموضوعية لرقابة الجودة على الخدمات () .

الجزء الثاني/ ضع خطأ تحت الاجابة الصحيحة :

- 61- المفهوم التسويقي للتسويق يهدف إلى:
1- الإنتاج الكبير.
2- إنتاج سلع ذات جودة.
3- الربح من خلال إشباع رغبات المستهلك.
4- زيادة المبيعات لتعظيم الأرباح.
62- من وظائف التسويق :
1- التسعير.
2- تحقيق منفعة التملك والاقتناء .
3- تحقيق المنفعة المكانية والزمنية.
4- كل ما ذكر سابقا.
63- يتكون المزيج التسويقي من:
1- التوزيع .
2- التسعير.
3- السلعة.
4- الترويج.
5- كل ما ذكر سابقا.

64- يتضمن الترويج :

- 1- البيع الشخصي.
- 2- الإعلان.
- 3- تنشيط المبيعات.
- 4- النشر.
- 5- كل ما ذكر سابقا.

65- من خصائص مرحلة التقديم في دورة حياة السلعة:

- 1- انخفاض حجم المبيعات.
- 2- ارتفاع حجم المبيعات.
- 3- انخفاض الطلب.
- 4- ارتفاع الطلب.

66- من بين تقسيمات الإعلان من الناحية الجغرافية :

- 1- الإعلان القانوني.
- 2- الإعلان الأسري.
- 3- الإعلان المحلي .
- 4- الإعلان الصناعي.

67- من طرق التسعير:

- 1- التسعير حسب التكلفة .
- 2- التسعير حسب السوق.
- 3- التسعير الإجباري .
- 4- كل ما ذكر سابقا.

68- من منافذ توزيع التجزئة :

- 1- المتجر.
- 2- تجار الجملة.
- 3- شركات التسويق.
- 4- الوكلاء.

69- من أنواع النقل من حيث الوسيلة المستخدمة:

- 1- النقل الداخلي.
- 2- النقل الخاص.
- 3- النقل المنتظم.
- 4- النقل بالشاحنات.

70- تقسم المنتجات إلى:

- 1- السلع المادية .
- 2- الخدمات.
- 3- كل ما ذكر سابقا.

71- من تقسيمات السلع من حيث التسويق :

- 1- سلع استهلاكية.
- 2- سلع انتقائية .
- 3- سلع أساسية .
- 4- كل ما ذكر سابقا.

72- تتميز مرحلة الانخفاض في دورة حياة السلعة بـ :

- 1- زيادة المبيعات .
- 2- انخفاض المبيعات.
- 3- تذبذب المبيعات.
- 4- ثبات المبيعات.

73- يهدف التغليف إلى :

- 1- حماية السلعة.
 2- حماية الدولة .
 3- حماية المستهلك.
 4- كل ما ذكر سابقا.
 74- من مراحل دورة حيات السلعة :
 1- مرحلة التقديم .
 2- مرحلة النمو.
 3- مرحلة النضج.
 4- مرحلة الانخفاض.
 5- كل ما ذكر سابقا.
 75- من خصائص العلامة التجارية الجيدة :
 1- سهولة النقل .
 2- سهولة الدفع.
 3- سهولة التصميم.
 4- كل ما ذكر سابقا.

الجزء الثالث/ اجب عن جميع الأسئلة الآتية:

- 76- ما الفرق بين التسويق والبيع ؟
 77- عرف المزيج التسويقي وتكلم عن أحد مكوناته.
 78- أذكر خصائص السلع الخاصة ؟
 79- أذكر مراحل دورة حياة السلعة ثم تكلم عن إحداها .
 80- تكلم باختصار عن المقابلة البيعية.
 81- أذكر ثلاثة عيوب ومزايا للإعلان.
 82- تحدث باختصار عن طرق تنشيط المبيعات .
 83- تكلم باختصار عن طرق التسعير موضحا أنسب الطرق لتسعير المواد الأساسية للفرد.
 84- أذكر حلقات التوزيع موضحا عيوب تعدد حلقات التوزيع.
 85- ما المقصود بمصطلح كشط السوق؟
 86- ماذا تعني لك سياسة الاستدراج في مجال التسعير ؟
 87- ما المقصود بالترويج وما هي أهم أهدافه؟
 88- ما هي مزايا وعيوب التوزيع المباشر للسلع ؟
 89- ما الفرق بين السلع والخدمات؟
 90- عرف التغليف ثم أذكر أهم سياساته؟
 91- ما هي خصائص العلامة التجارية الجيدة؟
 92- ما هي سمات مرحلة النضج لدورة حيات السلعة؟
 93- أذكر أهم الطرق المستخدمة في التسعير ثم تكلم عن إحداها.

94- ما الفرق بين العلامة التجارية والماركة التجارية؟

95- عرف الخدمات ثم أذكر أهم تقسيماته؟

96- تكلم عن أهم مزايا مرحلة التقديم كأحد مراحل دورة حياة السلعة.

97- ما الفرق بين كل من السلع الميسرة، السلع الانتقائية والسلع الخاصة؟

98- يتميز النقل بالعديد من الخصائص أذكر ثلاثة منها.

99- أذكر ثلاث مزايا وعيوب لتجار الجملة.

100- ماذا تعني سياسة الاستدراج في مجال التسعير؟

والله ولي التوفيق

د/ أحمد الشريف أستاذ المادة
