مملكة البحرين

وزارة التربية والتعليم

إدارة الامتحانات/قسم الامتحانات المركزية

امتحان نهاية الفصل الثاني للتعليم الثانويّ للعام الدراسي 2018/2017م

اسم المقرر : التسويق **المسار : توحيد المسارات**

رمز المقرر : سوق 321 **الزمن : ساعة ونصف**

السؤال الأول: **[8 درجات]**

اجب عن الأسئلة التالية:

أولاً: هل توافق أو تعارض العبارات الآتية، مع التعليل:

1) "إن مفهوم التسويق الإلكتروني لا يختلف عن المفاهيم الأخرى للتسويق إلا فيما يتعلق بوسيلة الاتصال بالعملاء."

أوافق//، حيث يعتمد التسويق الإلكتروني على شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة.//

2) "هناك من يعتقد أن مفهوم التسويق هو مرادف لمفهوم البيع".

العبارة غير صحيحة//، فالتسويق يختلف عن البيع. لأنه التسويق يركز في احتياجات المستهلك (السوق)/ – يحدد حاجات المستهلك أولاً، ثم يترجمها إلى سلع أو خدمات؛ ليحقق المشروع من ورائها أرباحاً مناسبة (إجابة أخرى). وأما البيع يركز في احتياجات الشركة (السلعة أو الخدمة)/ – الاهتمام أولاً بإنتاج السلعة ثم التفكير في كيفية بيعها وتحقيق الربح. (إجابة أخرى)

ثانياً: يقدم مستشفى البحرين التخصصي خدمات كثيرة لزبائنه. اذكر خصائص الخدمات. **(يكتفي بنقطتين فقط)**

1. قد يصعب تحديد التكاليف في بعض الأحيان.//
2. لا تأخذ في الاعتبار قدرة المستهلك على الدفع.// ص 76

ثالثاً: اكتب مثال واحد لكل نوع من أنواع السلع الآتية:

ت	أنواع السلع	مثال
.1	سلع معمرة	الغسالة/
.2	سلع انتقائية	الملابس/
.3	سلع إنتاجية (صناعية)	المواد الخام/
.4	سلع غير معمرة	المواد الغذائية/

السؤال الثاني: **[13 درجة]**

انظر إلى الصورة التالية جيداً، ومن ثم أجب عن الأسئلة التي تليها:

س1: ما هو المزيج الترويجي التي تتبعه سلسلة مطاعم جسميز؟

تنشيط المبيعات//

س2: ما هي سمات عنصر المزيج الترويجي السابق؟

1. **من الممكن توجيهه إلى كل من المستهلكين والوسيط والبائع.//**
2. **نشاط مكمل لأنشطة البيع الشخصي والإعلان ولا يمكن الاعتماد عليه وحده.//**
3. **يهدف إلى تحقيق تأثير مباشر وسريع بعكس عناصر المزيج الترويجي الأخرى التي قد يحدث تأثيرها على المدى البعيد.**
4. **زيادة استعماله عند تقديم منتج جديد لأول مرة، أو عند زيادة المخزون أو انخفاض المبيعات.**

س3: اذكر أربعة وسائل مستخدمة في نشر عنصر المزيج الترويجي السابق.

1. **العينات. – المعارض. – المسابقات. – الاوكازيونات.//**
2. **تنسيق نوافذ العرض. – الهدايا المجانية.//**
3. **العروض الخاصة. – الدورات التدريبية المخصصة للعملاء.//**
4. **المطبوعات التي تحمل اسم المنتج أو الشركة.//**

س4: ماهي قناة التوزيع المستخدمة في سلسلة مطاعم جسميز لتوزيع منتجاتها إلى المستهلكين النهائيين؟

التوزيع المباشر.//

س5: تقوم سلسلة مطاعم جسميز بتحديد أسعارها على أساس التكلفة، واضعة في الاعتبار أسعار المواد المستخدمة في إعداد الوجبات وأجرة العاملين لديها. ما هي أساس طريقة التسعير التي تتبعها سلسلة مطاعم جسميز؟

إضافة نسبة معينة أو هامش ربح محدد إلى التكلفة.//

س6: اذكر مزايا وعيوب الطريقة التي تتبعها سلسلة مطاعم جسميز في التسعير؟

مزايا	عيوب
• طريقة محددة وواضحة لتحديد السعر.//	• يصعب تحديد التكاليف في بعض الأحيان.//
• تضمن تحقيق الربح المستهدف.//	• لا تأخذ في الاعتبار قدرة المستهلك على الدفع.//

السؤال الثالث: **[10 درجات]**

من خلال البيانات أدناه، أجب عن الأسئلة التي تليها:

1	هي السلع التي تسمى السلع الانتقائية وهي السلع التي يشتريها المستهلك بعد المقارنة والمفاضلة.	ما نوع السلعة؟	سلع التسويق
2	سعر السيارة 25000 دينار وتباع في السوق البحريني بمبلغ 35000 دينار.	احسب القيمة المضافة.	10000 =35000−25000
3		ما الذي يمثله الشكل المقابل؟	المزيج التسويقي
4	ينقسم السوق إلى مجموعات واضحة على أساس المشترين أو المستهلكين الذين يحتاجون إلى سلع مختلفة أو مزيج تسويقي.	أذكر أحد مزايا تجزئة السوق.	ص 48−49
5	عبارة عن كيان غير مادي وغير ملموس يحصل نتيجة الجهود البشرية والفنية للأفراد أو المواد مثل الخدمات الطبية والخدمات الثقافية والترفيهية.	ما نوع المنتج؟	الخدمات
6	أي شكل من أشكال تقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بصورة غير شخصية وغير مدفوعة الأجر.	ما نوع المزيج الترويجي؟	النشر−الدعاية
7	يتحدد السعر بناءً على تفاعل قوى العرض والطلب في ظل المنافسة الكاملة.	ما نوع السعر؟	السعر السوقي
8	تتألف من العوامل التي تؤثر في القدرة الشرائية للمستهلك وعلى طريقة الإنفاق، مثل الدخل، الضرائب، حجم التوظيف، الاستقرار الاقتصادي، توزيع الدخل، وغيرها.	ما نوع القوى في بيئة المنظمة الخارجية؟	البيئة الاقتصادية
9	هي الأسواق المتخصصة في السلع والمنتجات التي تسهم في الإشباع المباشر للمستهلك النهائي.	ما نوع السوق؟	الأسواق الاستهلاكية
10	يتم تحديد السعر بناءً على حجم المطلوب والمعروض من المنتج في السوق.	ما طريقة التسعير المتبع؟	التسعير على أساس الطلب

السؤال الرابع: **[10 درجات]**

أولاً: من خلال دراستك لهرم ماسلو للحاجات، أكمل الهرم بما يتناسب مع الحاجات والمنتجات، مع ذكر مثال واحد لكل حاجة حسب المطلوب:

ثانياً: محمد طالب متفوق في دراستهِ، وفور تخرّجه بدأ برسم خارطة المستقبل وحدّد ميوله في التخصّص الجامعي، فقرّر والده مكافأته بشراء سيارة يقوم هو باختيارها، وبعد البحث والمقارنة في السوق، وقع اختيار محمد على سيارة من طراز (HONDA-ACCORD)، التي وجدها الأنسب لذوقه وحاجته.

من خلال دراستك لموضوع سلوك المستهلك أذكر العوامل المؤثرة في الاستهلاك مع بيان مراحل متابعة اتخاذ المستهلك قراره الشرائي في الشكل التالي:

السؤال الخامس: **[9 درجات]**

انظر للرسم البياني التالي وأجب عن الأسئلة التي تليه:

أ) يمثل الرسم البياني مفهوم .....دورة حياة المنتج //.....

ب) أقرأ المفاهيم الآتية بدقة، ثم أكتب اسم كل مرحلة مع ذكر الرقم الخاص بها مستعيناً بالرسم البياني أعلاه:

ت	التعريف	المرحلة	الرقم
1	انخفاض مبيعات المنتج مما ينعكس على الأرباح.	خسارة/	/7
2	هي مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج التي تبدأ المبيعات بالارتفاع السريع بسبب معرفة المستهلكين بالمنتج في الأسواق.	مرحلة النمو/	/2
3	تتباطأ نسبة نمو المبيعات للمنتج ويدخل في مرحلة النضوج السلبي.	النضوج والتشبع/	/4
4	المبيعات تبدأ بالارتفاع السريع بسبب معرفة المستهلكين بالمنتج في الأسواق.	النمو/	/3
5	مرحلة تخطيط وتطوير المنتج أو الخدمة ومن خلال هذه المرحلة يتم توليد الأفكار لمنتجات أو خدمات جديدة ومن ثم تصفيتها وتحويلها إلى تصاميم نهائية.	التطوير/	/1
6	تقديم المنتج للسوق وتمثل نهاية مرحلة ابتكار المنتجات الجديدة.	التقديم/	/2
7	تحقيق أرباح عالية.	ربح/	/6
8	تميل المبيعات نحو الانخفاض نتيجة لتحول المستهلكين عن شراء المنتج بسبب تغيير نمط الاستهلاك أو لظهور منتجات جديدة.	الانحدار أو الاضمحلال/	/5

مع تمنياتنا لكم بالتوفيق

انتهت الإجابة