

امتحان نهاية الفصل الدراسي الثاني للتعليم الثانوي للعام الدراسي 2014/2013 م

المسار : توحيد المسارات

الزمن : ساعة ونصف

اسم المقرر : التسويق

رمز المقرر : سوق 321

السؤال الأول: -

17

17

أ- أقرأ الحالة السابقة وأجب على السؤال المطلوب:

شركة سامسونج تغطي تشكيلة واسعة من المنتجات من الحواسيب إلى الهواتف المحمولة والتلفاز والطابعات وحتى الأجهزة المنزلية تعتمد في منتجاتها الجودة والابتكار وقدمت سامسونج الكثير من المنتجات الجديدة في السوق والمبتكرة، وتقدم أيضًا سامسونج خدمات B2B للشركات كتصنيع الشاشات الكريستالية. بالنسبة لأسعار سامسونج فهذه تعتمد أسعار تنافسية مناسبة لشرائح المجتمع كافة إلا في بعض منتجاتها المترفة كالهواتف المحمول جورجيو أرمانى. وتقوم بحملات إعلانية ضخمة ومكلفة لمنتجاتها كحملات تلفزيونية وهذا ممكن لها بسبب نسبة مبيعاتها العالمية العالية. وبالنسبة للأماكن فسامسونج منتشرة حول العالم في عديد من الفروع لا تكاد دولة أن تخلو من وكالات سامسونج للبيع والصيانة.

ما هي سياسة شركة سامسونج من ناحية المزيج التسويقي:

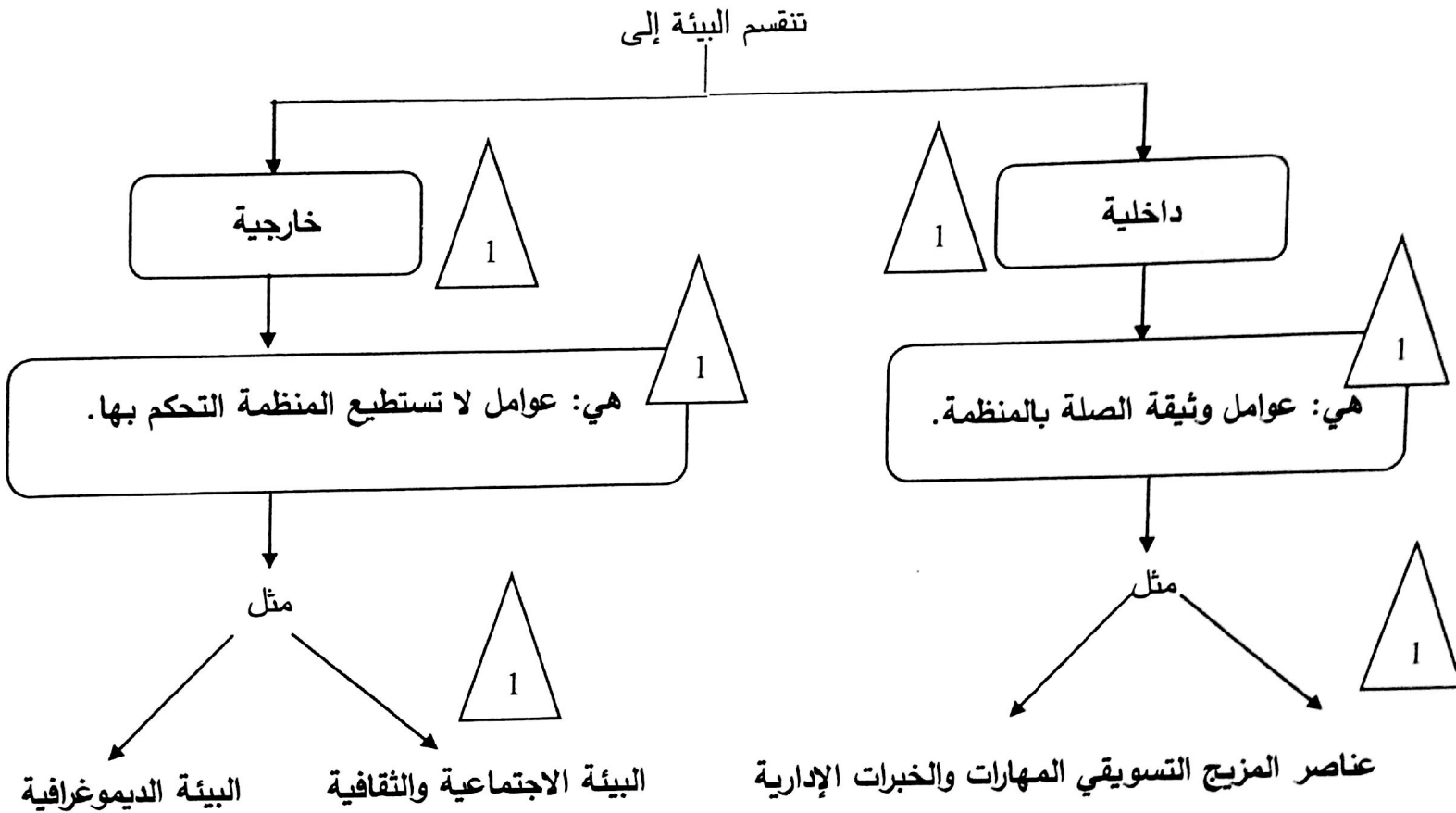
1- المنتج: الحواسيب إلى الهواتف المحمولة والتلفاز والطابعات وحتى الأجهزة المنزلية تعتمد في منتجاتها الجودة والابتكار وقدمت سامسونج الكثير من المنتجات الجديدة في السوق والمبتكرة، وتقدم أيضًا سامسونج خدمات B2B للشركات كتصنيع الشاشات الكريستالية.

2- السعر: بالنسبة لأسعار سامسونج فهذه تعتمد أسعار تنافسية مناسبة لشرائح المجتمع كافة إلا في بعض منتجاتها المترفة كالهواتف المحمول جورجيو أرمانى.

3- الترويج: وتقوم بحملات إعلانية ضخمة ومكلفة لمنتجاتها كحملات تلفزيونية وهذا ممكن لها بسبب نسبة مبيعاتها العالمية العالية.

4- التوزيع: وبالنسبة للأماكن فسامسونج منتشرة حول العالم في عديد من الفروع لا تكاد دولة أن تخلو من وكالات سامسونج للبيع والصيانة.

ب- أكمل المخطط الآتي:



البيئة التسويقية هي: المحيط والظروف والعوامل الداخلية والخارجية للمنظمة التي تؤثر في نشاطها التسويقي وتتأثر به.

السؤال الثالث: -

أجب عما يأتي:

أ- عدد أسس تجزئة السوق.

1- التجزئة الجغرافية.

2- التجزئة الديموغرافية.

3- التجزئة النفسية.

4- التجزئة السلوكية.

ب- ما المقصود بسلوك المستهلك.

مجموعة من الأنشطة التي يمارسها أو القرارات التي يتخذها الفرد عند البحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للسلع والخدمات التي تشبع رغباته واحتياجاته المتباينة والمتغيرة.

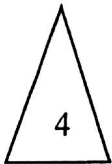
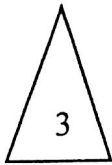
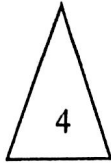
ت- ما هي المبررات الاقتصادية لوجود قنوات التوزيع المباشر.

1- ضمان الحصول على الربح دون مشاركة الوسطاء .

2- رغبة المنتج في الرقابة على السوق.

3- عدم تعاون الوسطاء في توزيع منتجات الشركة.

4- محاولة التخلص من المخزون والبحث عن الأسواق الجديدة.



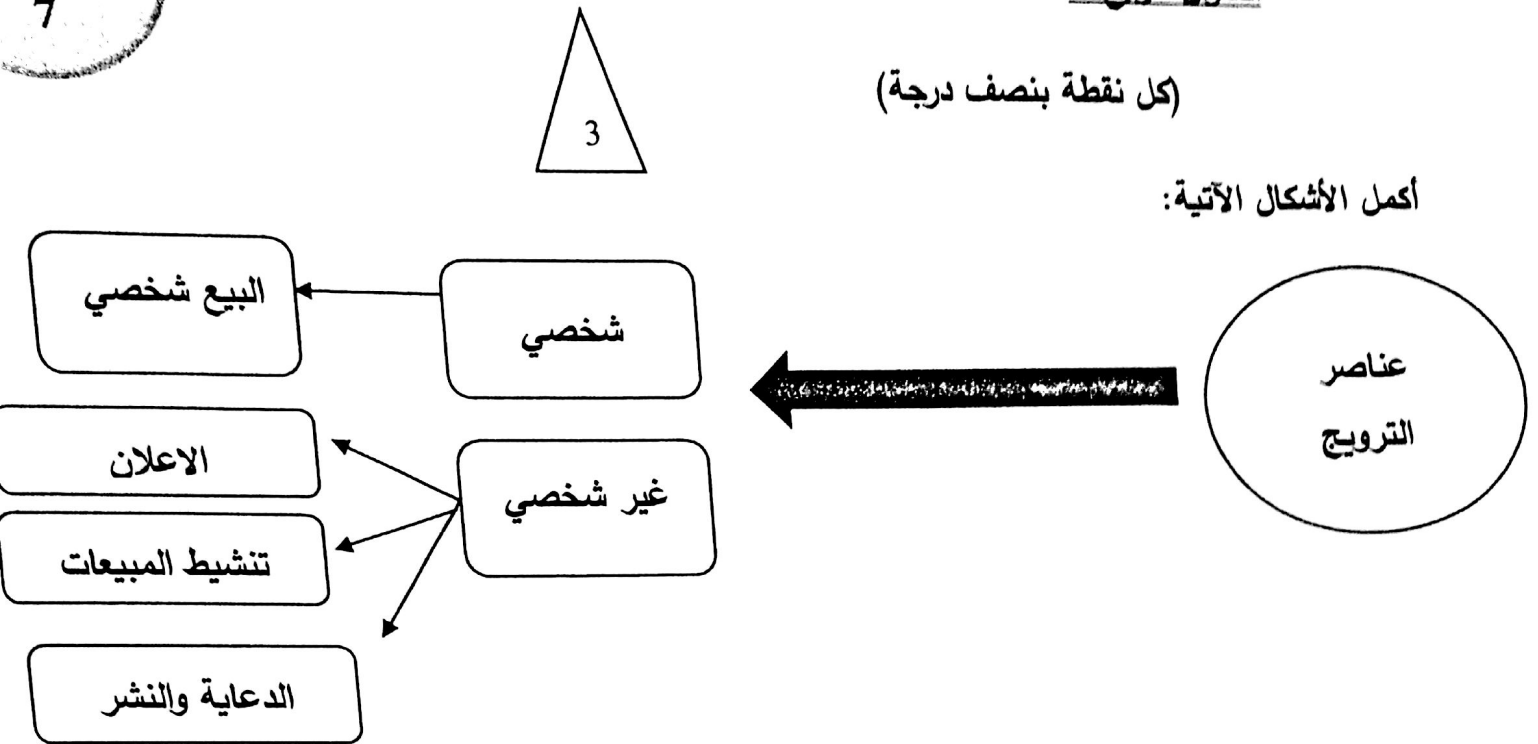
7

7

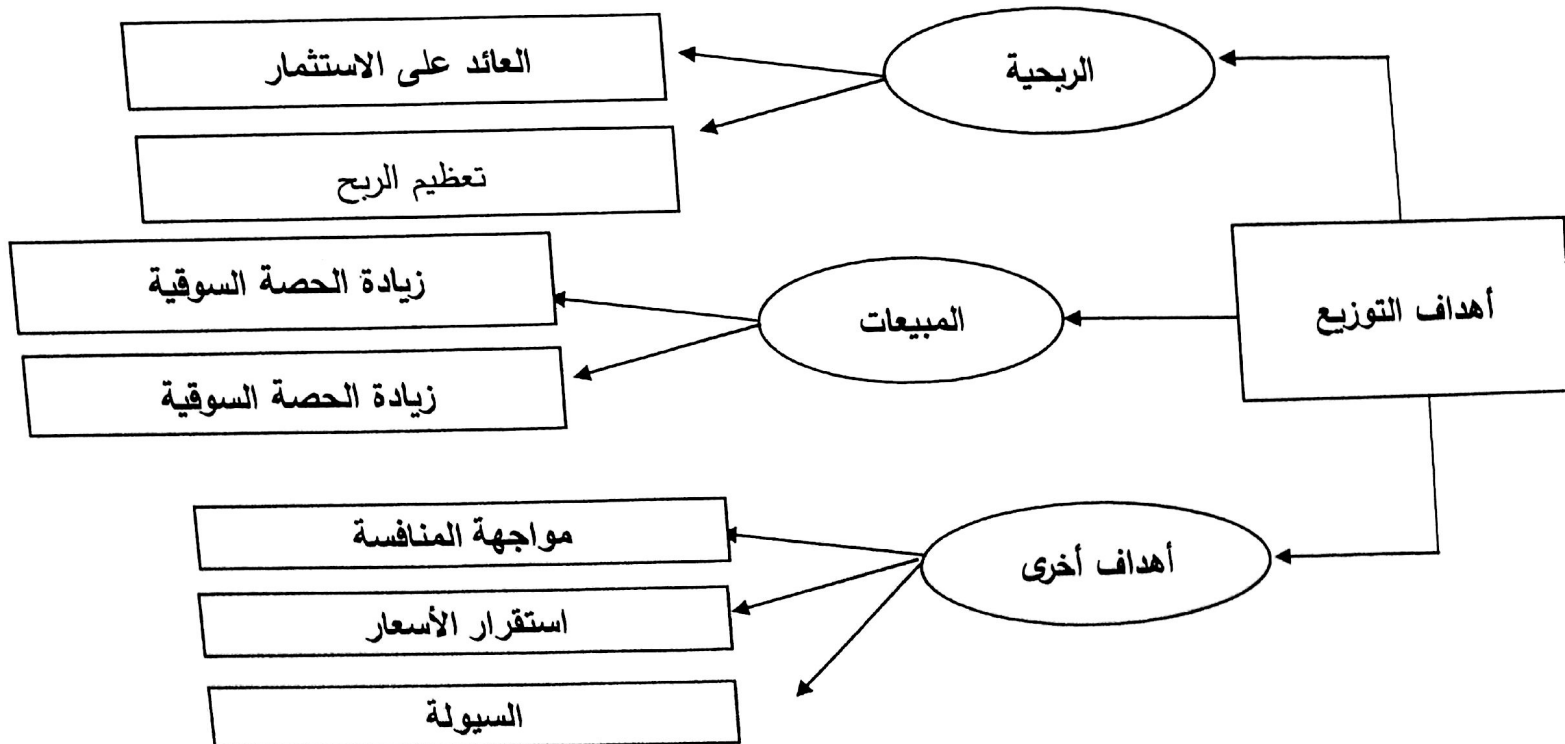
السؤال الرابع:-

(كل نقطة بنصف درجة)

أكمل الأشكال الآتية:



4



السؤال الخامس: -

7
7

أ- أكتب مثال واحد لكل نوع من أنواع السلع الآتية:

(حسب تقييم المصحح)

| ت | أنواع السلع | مثال |
|---|------------------------|-----------------|
| 1 | سلعة معمرة. | الفضالة |
| 2 | سلعة انتقائية. | الملابس |
| 3 | سلعة إنتاجية (صناعية). | المواد الخام |
| 4 | سلعة غير معمرة. | المواد الغذائية |



ب- هل توافق أو تعارض على العبارة الآتية، مع التعليل الدقيق.

أن مفهوم التسويق الإلكتروني لا يختلف عن المفاهيم الأخرى للتسويق إلا فيما يتعلق بوسيلة الاتصال بالعملاء.



أوافق



حيث يعتمد التسويق الإلكتروني على شبكة الأنترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة.

انتهت الإجابة

قارن بين كل مما يأتي:

الأسواق الصناعية

الأسواق الاستهلاكية

وجه المقارنة

أسواق مؤلفة من مجموعة مشتريين يرغبون بشراء السلع والخدمات من أجل استخدامها في عملية الإنتاج والتصنيع.

أسواق مؤلفة من مجموعة من المشتريين النهائيين الذين يرغبون بشراء سلع أو خدمات ولا يقصدون من عملية الشراء تحقيق أي ربح.

التعريف

2

2

| أهمية الوسيط للمشتري | أهمية الوسيط للمنتج |
|--|-------------------------------------|
| • توقع رغبات المستهلك. | • إمداد المنتج بالمعلومات عن السوق. |
| • تخزين المنتجات. | • الترويج للمنتجات. |
| • خدمة التمويل. | • التفاوض مع العملاء. |
| • ضمان المنتجات. | • المساهمة في تحمل المخاطرة. |
| • تقسيم الكميات الكبيرة إلى وحدات صغيرة. | • التعريف برغبات المستهلكين. |
| • توفير المنتجات عند الحاجة إليها. | • تخزين المنتجات. |
| • المشاركة في تحمل الخسارة. | • خدمة التمويل. |
| • نقل المنتجات | |