

مملكة البحرين

وزارة التربية والتعليم

إدارة الامتحانات / قسم الامتحانات

الإجابة النموذجية

امتحان نهاية الفصل الدراسي الثاني للتعليم الثانوي للعام الدراسي ٢٠١٦/٢٠١٧م

المسار: توحيد المسارات

اسم المقرر: التسويق

الزمن : ساعة ونصف

رمز المقرر : سوق ٣٢١

[١٥ درجة]

السؤال الأول:

(١٠ درجات)

أولاً: ضع دائرة حول رمز الإجابة الصحيحة فيما يلي:

١. من خصائص احتكار القلة:

ب. سهولة دخول منافسين جدد في السوق.

أ. لا يوجد منافسين.

د. صعوبة دخول منافسين جدد في السوق.

ج. عدم سيطرة البائع على الأسعار

٢. أي من العناصر التالية لا يعتبر من عناصر المزيج الترويجي:

ب. الإعلان.

أ. النشر.

د. البيع الشخصي.

ج. العلاقات العامة.

٣. العملاء والموردون من عوامل البيئة:

ب. الجزئية.

أ. الثقافية والاجتماعية.

د. السياسية والاقتصادية.

ج. الطبيعية.

٤. مؤسسات الخدمات التسويقية وشركات التأمين والائتمان هي عبارة عن نوع من:

ب. العملاء.

أ. الوسطاء.

د. الموردين.

ج. المنافسون.

٥. تتميز الخدمات الاستهلاكية بمجموعة من الخصائص منها:

ب. لا يساهم العميل في انتاج الخدمة.

أ. قابلة للتخزين.

د. عدم ارتباط الخدمة بشخصية مقدمها.

ج. غير ملموسة.

٦. تنقسم سلع المستهلك على أساس العادات الشرائية إلى عدة أنواع ماعدا:

- أ. السلع الميسرة.
ب. السلع الإنتاجية.
ج. سلع السوق.
د. السلع الخاصة.

٧. دراسة البيئة الديموغرافية تركز على دراسة السكان استناداً إلى:

- أ. طبيعة الوسطاء التجاريين.
ب. المتغيرات السياسية.
ج. الضرائب وحجم التوظيف في الدولة.
د. عامل العمر والوظيفة.

٨. أي قنوات توزيع السلع الاستهلاكية التالية تعتبر تسويق مباشر:

- أ. المنتج ⇨ تاجر التجزئة ⇨ المستهلك.
ب. المنتج ⇨ تاجر الجملة ⇨ تاجر التجزئة ⇨ المستهلك.
ج. المنتج ⇨ المستهلك.
د. المنتج ⇨ وكيل ⇨ تاجر التجزئة ⇨ المستهلك.

٩. من عوامل البيئة الاقتصادية:

- أ. حجم السكان.
ب. حجم التوظيف.
ج. الوصف السكاني.
د. الأحزاب السياسية.

١٠. الخطة التسويقية هي وثيقة لا تزيد عن:

- أ. ١٠ صفحات.
ب. ٢٠ صفحة.
ج. ٣٠ صفحة.
د. ٤٠ صفحة.

ثانياً: ضع علامة (✓) أو (×) للعبارات الآتية مع تصحيح الخطأ:

العبارات	العلامة	التصحيح
١. أن المنتج هو المحرك الأساسي لعملية التسويق.	×	المستهلك
٢. تحقق تجزئة السوق تحديد الاختلافات الفردية في الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والسيكولوجية لكل قطاع سوقي.	✓	
٣. التلفزيون هو إحدى السلع التي يتم تصنيفها ضمن السلع المعمرة.	✓	
٤. المصارف التجارية تعتبر من الموردين للمنظمة.	×	الوسطاء
٥. يركز منتجي عربات التزلج على الثلوج في المستهلكين الذين يعيشون في مناطق ذات درجة حرارة مرتفعة.	×	باردة أو ثلوج

السؤال الثاني:

درجة]

اجب عن الأسئلة الآتية:

١. عدد أربع أسس لتجزئة السوق.

١. التجزئة الجغرافية.

٢. التجزئة الديمغرافية.

٣. التجزئة النفسية.

٤. التجزئة السلوكية.

٢. أذكر الأهداف الترويجية ؟

١. تعريف.

٢. إقناع.

٣. تذكير.

٣. اذكر ثلاث طرائق التي يمكن استعمالها في حالة التوزيع المباشر.

١. طواف رجال البيع.

٢. البيع بالبريد.

٣. متاجر التجزئة المملوكة للمنتجين. - البيع الآلي.

٤. ماهي المبررات الاقتصادية لوجود قنوات التوزيع المباشر.

١. ضمان الحصول على الربح دون مشاركة الوسطاء.

٢. رغبة المنتج في الرقابة على السوق.

٣. عدم تعاون الوسطاء في توزيع منتجات الشركة.

٤. محاولة التخلص من المخزون والبحث عن الأسواق الجديدة. - ص ٩٣

WWW.COMMBH.COM

السؤال الثالث:

[١٠ درجات]

من خلال البيانات أدناه، أجب عن الأسئلة التي تليها:

السلع الخاصة	ما نوع السلعة؟	هي السلع التي تتميز بخصائص خاصة والتي ترغب مجموعة معينة من المستهلكين في استعمالها أو امتلاكها.	١
القيمة المضافة = ٢٠٠٠٠ - ٢٤٠٠٠ = ٤٠٠٠ دينار	احسب القيمة المضافة	سعر سيارة لكزس ٢٠٠٠٠ دينار وتباع في السوق البحريني بمبلغ ٢٤٠٠٠ دينار.	٢
المنتج - التسعير - الترويج - التوزيع	أذكر عنصر منها.	عناصر المزيج التسويقي تتألف من ٤ عناصر.	٣
مرحلة جمع المعلومات	ماذا تسمى هذه المرحلة من مراحل اتخاذ قرار الشراء؟	يمر المستهلكون بمراحل عند شراء أي منتج من المنتجات، وفي أحدها يهتم المستهلك بالبحث عن المعلومات المتاحة وتحديد البدائل التي تحقق له الإشباع المتكامل.	٤
ص ٤٨	أذكر أحد مزايا تجزئة السوق.	ينقسم السوق إلى مجموعات واضحة على أساس المشترين أو المستهلكين الذين يحتاجون إلى سلع مختلفة أو مزيج تسويقي.	٥
مرحلة النمو	ماذا تسمى هذه المرحلة؟	هي مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج التي تبدأ المبيعات بالارتفاع السريع بسبب معرفة المستهلكين بالمنتج في الأسواق.	٦
السعر المتحكم فيه	ما نوع السعر؟	هو السعر الذي تقوم المنظمة بتحديدته في ضوء أهدافها وقراراتها وليس السوق.	٧
التسعير على أساس الطلب	ما طريقة التسعير المتبع؟	يتم تحديد السعر بناء على حجم المطلوب والمعروض من المنتج في السوق.	٨
الإعلان	ما نوع المزيج الترويجي؟	هو شكل من أشكال تقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات غير الشخصية والمدفوعة الأجر بواسطة معطن محدد ومعروف.	٩
القوى التكنولوجية	ما نوع القوى في بيئة المنظمة الخارجية؟	التطورات التي تحدث في صناعة الحاسب الآلي تلزم المنظمات لمتابعة هذه التطورات لتقديم المنتجات الجديدة مما يستدعي تطوير الوظائف التسويقية باستمرار.	١٠

السؤال الرابع:

[درجة]

السعر له تأثير سيكولوجي على المستهلكين ومن الممكن أن تستفاد المنشأة من ذلك. فالسعر المرتفع قد يستخدم لتأكيد الجودة المرتفعة والمركز المتفوق لمنتجات المنشأة، والسعر المنخفض قد يستخدم ليؤكد الفرصة المتاحة للمستهلك الذي ينفق كثيراً من وقته للبحث عن المنتج بسعر منخفض ليوفر بعضاً من دخله.

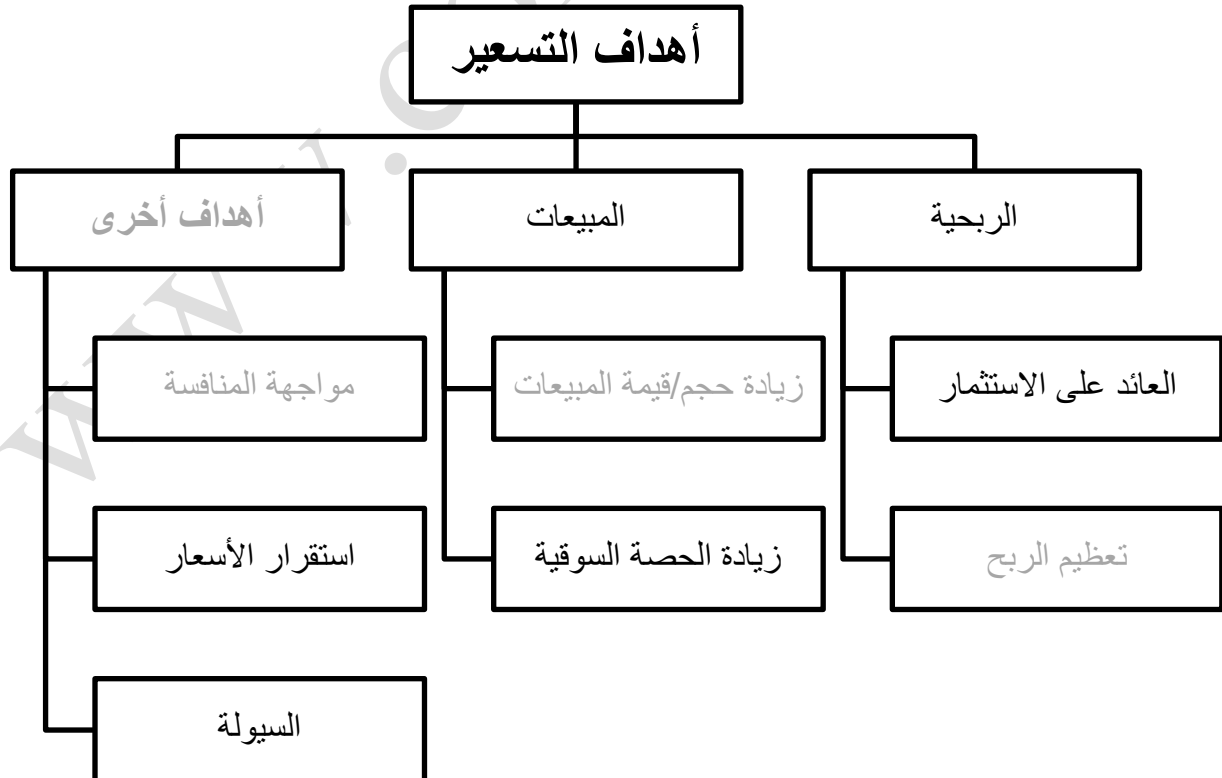
(أ) اذكر تعريفاً مناسبة لمفهوم السعر؟

يعرف السعر بأنه القيمة التي يدفعها المستهلك لبائع السلعة أو الخدمة نظير حصوله عليها، أي أن السعر هو المقابل النقدي الذي يحدده البائع ويرضيه. //

(ب) أذكر ثلاثة من أنواع الأسعار؟

١. السعر السوقي./
٢. السعر الحكومي./
٣. السعر المتحكم به./

(ج) من الأهمية تحديد أهداف التسعير إذ أنه يتم تحديد استراتيجيات التسعير المناسبة لتحقيق هذه الأهداف. أكمل الناقص في هذا الشكل التوضيحي لأهداف التسعير. (٦ درجات)



تمنياتنا لكم بالتوفيق

انتهت الأسئلة

WWW.COMMBH.COM