

اختبار السداسي الثالث في مقياس أساسيات التسويق 01

التاريخ: 2026/01/13

المدة: ساعتان

السنة الثانية علوم تجارية

التمرين الأول: حدد الإجابة أو الإجابات الصحيحة مما يلي

5. ما هو الهدف من استخدام نموذج سلسلة القيمة لـ بورتر في تحليل البيئة الداخلية؟
- أ. تحليل الأنشطة الرئيسية التي تضيف قيمة للمنتج.
ب. تحديد نقاط القوة والضعف والمزايا التنافسية.
ت. تحديد القوى التنافسية الخمس.
ث. تقييم التكامل بين العمليات المختلفة في المنظمة.
6. ما هي السمات الرئيسية للقرارات الشرائية الروتينية؟
- أ. يتعلق بمنتجات منخفضة المخاطرة والسعر
ب. يعتمد على البحث المكثف عن المعلومات
ت. يتطلب بحثًا مكثفًا عن بدائل
ث. شائع في السلع الاستهلاكية اليومية
7. ما هي سمات قرارات الشراء المعقدة؟
- أ. يتطلب جهدًا وبحثًا مكثفًا طويل الأمد
ب. عالية المخاطرة المالية والنفسية والاجتماعي
ت. يعتمد أساسًا على المعلومات الداخلية
ث. تعتمد بشكل أساسي على رأي الجماعة
8. تتميز استراتيجية التسويق الشامل بـ؟
- أ. استهداف السوق بأكمله ولكل قطاع حملة تسويقية
ب. استهداف السوق بأكمله بحملة تسويقية واحدة
ت. حجم السوق كبير
ث. وتوجيه جميع الجهود التسويقية على شريحة صغيرة ومحددة جدًا
1. أي من العبارات التالية تُعبّر عن جوهر مفهوم التسويق في المؤسسة؟
- أ. عملية إنتاج السلع والخدمات فقط.
ب. مجموعة من الأنشطة المترابطة تهدف إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلكين.
ج. وظيفة إدارية تقوم على التخطيط والتنفيذ والرقابة.
د. نشاط يقتصر على المؤسسات الربحية.
2. الانتقادات التي وُجّهت للتعريف الأول للتسويق (1960)؟
- أ. ضيق المفهوم واقتصاره على الأنشطة المادية.
ب. تجاهله حاجات المستهلكين.
ج. إهماله المؤسسات غير الربحية.
د. تركيزه فقط على بحوث السوق.
3. أي من العبارات التالية تصف خصائص مفهوم "المفهوم السلعي"؟
- أ. التركيز على جودة المنتج وتحسينه.
ب. اعتبار أن "المنتج الجيد يبيع نفسه".
ج. تجاهل التغير في أذواق المستهلكين.
د. اعتماد على الترويج والبيع المكثف.
4. ما هي الأوجه التي يتفاعل فيها التسويق مع وظيفة الإنتاج؟
- أ. تحديد احتياجات السوق من حيث النوع والكمية
ب. تطوير المنتجات بناءً على بيانات التسويق
ت. تخطيط الإنتاج والترويج للمنتجات
ث. إصدار الطلبات للموردين