

# الإجابة الفؤدجية لمقياس أساسيات التسويق (2)

الاستاذة : بلعرج

السؤال الأول : (06) [ نقطة لكل تقريباً ، (04) نقطة على امثال ]

1/ سياسة التمييز : مجموعة المعلومات التي توضع على العادة نفسها أو على خلافها ، وتخلق محتوياتها اد تخطيطات حول كيفية استخدامها ، والتخزينات من سوء استخدامها . (مثال)

2/ الشفافية التجارية : ارتباط تمييز المنتج باسم المنتج المنتج له ، مثل : الحقاد للمنسوجات ، ...

3/ سياسة السعر الكاسح : تركيز على وضع أسعار منخفضة من أجل اكتساح السوق بأقصى سرعة ، وبيع أكبر كمية من الوحدات مع تحقيق هامش ربح معقول ، (مثال)

السؤال الثاني : (05) [ إجابة خطأ بدون تعليل نصف العلامة ]

[ إجابة صحيح (0.1) / إجابة خطأ مع التعليل (0.4) ]

1 = صحيح (0.1)

2 = خطأ (0.1)  
المنفعة الحيازية هي بانتقال المنتجات من اليائع  
إلى المشتري عبر قنوات التوزيع  
↑ ملكية  
(0.4)

3 = صحيح (0.1)

4 = خطأ (0.1)  
المنفذ التوزيعي هو مجموع القنوات التي يمر من خلالها المنتج إلى المستهلك (0.4)

## السؤال الثالث : (09)

(1) التوسع مزيج المنتجات هو عدد من المنتجات التي تقوم المؤسسة بإنتاجها . (04)

(2) تركز الجهود الترويجية في مرحلة النضج على عنصر تنشيط المبيعات (01)

(3) في مرحلة التدهور تعتمد المؤسسة على الإعلان التذكيري لترويج منتجاتها (04)

(4) التسعير هو أحد المحددات الأساسية للقيمة التي تعد جوهر التبادل (04)

(5) استراتيجية الجذب تنطلق من المستحبات النهائية لحواسر التجزئة (04)

(6) خطوات البيع الشخصي هي :

1- اكتشاف الزبائن الحاليين  $\Rightarrow$  إدانة العلاقة مع العميل

2- تحديد مدى أهمية الزبون  $\Rightarrow$  عرضه وتقديم الرسالة البيعية (04)

3- إتمام العملية البيعية  $\Rightarrow$  خدمات ما بعد البيع (01)

(04)