

السؤال الأول ( 06 نقاط): "تمنح نقطة للمفهوم ونصف نقطة للمثال"

- **الـرغبات:** حاجات خاصة تختلف من شخص لآخر (حسب ثقافته، درجة وعيه، بيئته...) وتمثل العناصر القادرة على تلبية الحاجة. مثلا الحاجة للترفيه يمكن ان تكون من خلال الرغبة في ممارسة الرياضة، أو قراءة كتاب....
  - **محيط السلعة:** يقصد به الخدمات المصاحبة للمنتج مثلا خدمة الصيانة، التركيب، التسليم.... إلخ
  - **درجة الإنخراط في قرار الشراء:** أي درجة الأهمية التي يوليها الزبون للسلعة (ودرجة التفكير والاهتمام والوقت المستغرق لاتخاذ قرار الشراء) والتي تتأثر بالهدف من الشراء والجهة المستفيدة من الشراء ودرجة المخاطرة المتعلقة به. مثلا شراء منزل ينطوي على درجة انخراط عالية عكس شراء وجبة غذائية.
  - **البيئة الإقتصادية:** تمثل أحد مكونات البيئة العامة وهي عبارة عن متغيرات ذات طابع اقتصادي وهي تؤثر على القدرة الشرائية للزبائن وعلى طريقة عمل المؤسسة مثل: نوع النظام الاقتصادي، مستوى الدخل، التضخم، توزيع الأجور،.... إلخ
- السؤال الثاني ( 8 ن): ذكر دون شرح كلا من:

- **الباءات الاربعة:** المنتج؛ السعر؛ التوزيع؛ الترويج (2ن: نصف نقطة لكل عنصر)
- **العوامل المؤثرة في قرار شراء المستهلك الفردي:** العوامل الفردية، الجماعية، عوامل المزيج التسويقي، العوامل الموقفية (2ن: نصف نقطة لكل اجابة)
- **مبادئ التوجه التسويقي:** التوجه نحو الزبون، التكامل التنظيمي، تبادل المنافع (1.5 ن: نصف نقطة لكل اجابة)
- **مكونات سياسة المنتج:** تحديد الخصائص الموضوعية للمنتج، قرارات تتعلق بسياسة التغليف، قرارات تتعلق بمزيج المنتجات (1.5 ن: نصف نقطة لكل اجابة)
- **صاحب نموذج القوى التنافسية الخمسة:** مايكل بورتر (Porter) (01 ن)

السؤال الثالث (6 ن): نقطة لكل عبارة (في حالة تصحيح جزء فقط من العبارة، تعد خاطئة ولا يتم منح أي نقطة لها)

1. تفترض إستراتيجية التسويق المتنوع وجود مستهلكين غير متجانسين من حيث الرغبات وبالتالي وجود فروق من حيث أسس التجزئة السوقية
2. تركز سياسة إختراق السوق على تحديد سعر منخفض للمنتج بهدف الوصول إلى أكبر حصة سوقية
3. تمثل عناصر البيئة التنافسية كل المتغيرات التي تؤثر على شدة المنافسة بشكل مباشر
4. يتميز السلوك الإنساني بأنه سلوك قابل للتعديل ويصعب تفسيره
5. يمثل البعد المادي للمنتجات أحد العناصر المكونة للمنتج والتي تمثل الخصائص المادية له والممكن ملاحظتها ووصفه من خلالها (المهم المعنى العام للفقرة مع عدم الضرورة للتقيد الحرفي بها)
6. حسب المدرسة الإقتصادية المفسرة لسلوك المستهلك فإن هذا الأخير يقوم بإتخاذ قرار الشراء حسب المنافع المتحصل عليها أو حسب المدرسة السلوكية المفسرة لسلوك المستهلك فإن هذا الأخير يقوم بإتخاذ قرار الشراء نتيجة عوامل داخلية وعوامل البيئة الخارجية