

## المركز الجامعي ميلة

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

امتحان السداسي الأول في مادة أساسيات التسويق السنة الثانية علوم تجارية

الاسم	اللقب	الفوج	العلامة
-------	-------	-------	---------

السؤال: اختر الإجابة أو الإجابات الصحيحة

- 1- من مزايا العلامة التجارية: أ- لها طابع مميز ب- لها وقع موسيقي ج- تحتوي على أقل قدر من الكلمات والحروف د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 2- يتم تطوير العلامة التجارية: أ- على أساس توسع العلامة التجارية ب- على أساس منفعة المنتج ج- على أساس التأثير العاطفي د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 3- مستويات التغليف حسب الاتجاه: أ- الغلاف الأول والثاني والثالث ب- الغلاف التسويقي والتوزيعي ج- الغلاف الحاوي والديكور د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 4- أهمية التغليف بالنسبة للموزع: أ- حماية المنتج من المؤثرات الخارجية ب- تمييز منتجات المؤسسة ج- اعتماده في عملية تجزئة السوق د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 5- عند تحديد السعر النهائي يؤخذ في الحسبان: أ- متغيرات المزيج التسويقي الأخرى ب- السياسة العامة للتسعير ج- المتدخلون الآخرون د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 6- من مراحل تحديد السعر: أ- تحديد الأهداف ب- تقييم الطلب ج- تحليل المنافسة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 7- تصنف قنوات الاتصال إلى: أ- القنوات التجارية ب- قنوات الخبراء ج- القنوات الاجتماعية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 8- من قنوات الاتصال الشخصية: أ- الإعلان والدعاية ب- تنشيط المبيعات ج- الرعاية والعلاقات العامة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 9- من خصائص الإعلان: أ- قوة المفعول ب- ثراء استثنائي في التعبير ج- الرقابة د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 10- مما يؤثر على اختيار قنوات التوزيع: أ- اختيار الوسطاء ب- تحفيز الوسطاء ج- تقييم الوسطاء د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 11- من اعتبارات المنظمة عند اختيارها لقناة التوزيع: أ- الرغبة في السيطرة على القناة ب- القدرة على الإدارة ج- الموارد المالية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 12- من مساوئ التسويق الإلكتروني بالنسبة للزبون: أ- إدارة موقع الشبكة مكلفة ب- عدم وجود سرية في التعامل ج- تدهور خدمة الزبون د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 13- من مزايا السوق الإلكتروني: أ- مساعدة الزبون في اختيار المنتجات ب- توفير منتجات غير متوفرة في البلدان الأصلية ج- القدرة على دراسة سلوك العملاء د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 14- من مميزات التسويق الإلكتروني: أ- تزويد مجتمع السوق بالمعلومات اللازمة ب- توفير معلومات عن منتجات المؤسسة ج- يزيد من كفاءة السوق د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 15- من فوائد التسويق الدولي: أ- إشباع حاجات ورغبات المستهلك العالمي ب- زيادة المبيعات والأرباح ج- تقليص التضخم والاعتدال في الأسعار د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 16- من المبادئ العامة للتسويق الدولي: أ- التخصص وتقسيم العمل ب- توازن ميزان المدفوعات ج- وجود قدرة شرائية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 17- مما سهل استخدام أسلوب التسويق الدولي: أ- تحرير الأسواق المالية ب- صعود الليبرالية الاقتصادية ج- إنشاء التكتلات الاقتصادية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 18- مما تسمح به أخلاقيات التسويق: أ- تحقيق مردود مالي ب- تعزيز سمعة المنظمة على الصعيد المحلي والدولي ج- يعطي للمنظمة مصداقية عالية د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق

- 19- مما يتعلق بأخلاقيات التسويق: أ- ما يتعلق بالسلع والمنتجات ب- ما يتعلق بالتسعير  
ج- ما يتعلق بالتوزيع والترويج د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق
- 20- من معايير أخلاقيات التسويق في بحوث التسويق: أ- منع تجميع الأموال تحت غطاء بحث تسويق ب- الكشف  
عن جميع التكاليف ج- مجاملة المتعاونين والعملاء د- كل ما سبق ه- لا شيء مما سبق