**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 الأول (10 نقاط):** أجب بصحيح أو خطأ مع التعليل

1. الرغبة هي الشعور بالحرمان. خطأ. الرغبة هي الصيغة التي تأخذها الحاجة.
2. التكلفة هي ما يقدمه المنتج. خطأ. التكلفة هي ما يدفعه المستهلك من مبلغ مادي أو عينيمن أجل الحصول على المنتج.
3. المقابل في التبادل ليس بالضرورة ماديا. خطأ. المقابل في التبادل بالضرورة ماديا.
4. يتكون الطلب بوجود القدرة الشرائية. خطأ. يتكون الطلب بوجود الحاجة والقدرة الشرائية.
5. المزيج التسويقي للمنتجات يتمثل في الطول، العرض، العمق والاتساق. خطأ. المزيج التسويقي للمنتجات يتمثل في المنتج، السعر، الترويج والتوزيع.
6. تتمثل مسؤوليات قسم التسويق في الرقابة والتوجيه. خطأ. انظر الإجابة في النموذج الأول من التصحيح النموذجي.
7. من وظائف إدارة التسويق البيع والإعلان. خطأ. وظائف إدارة التسويق (انظر النموذج الأول).
8. مراحل اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك مماثلة لمراحل اتخاذ القرار الشرائي للمنظمات. خطأ (انظر المحاضرة الخاصة بالسلوك الشرائي للمستهلك والسلوك الشرائي للمنظمات).
9. الاستخبارات التسويقية هي جزء من بحوث التسويق. خطأ. كلا منهما جزء من نظام المعلومات التسويقية
10. الرضا هو مقياس درجة الإشباع نتيجة استخدام منتج . صحيح.

**السؤال الثاني:** واجهت شركة ماكدونالدز في بداية التسعينات انخفاضا في المبيعات بنسبة 3 بالمئة فضلا عن انخفاض الأرباح بنسبة 7 بالمئة، حيث أجبرت المنافسة الشركة إلى تقديم أسعار أقل. وقد أكدت الدراسات الاستطلاعية أن السبب الرئيسي لفقدان الشركة لجزء من حصتها السوقية هو إغفال الشركة للتطورات الحاصلة في أسواقها، حيث أصبح جزء من عملائها له اهتمامات خاصة بالصحة، فبدأوا في إعادة النظر فيما يخص التعامل مع الشركة خوفا من العبوات البلاستيكية، ومن نسبة الدهون في الهامبورجر وانخفاض القيمة الغذائية، كما بدأت الشركة في مواجهة جمعية حماية المستهلك وجماعات حماية البيئة.

**المطلوب:** الإجابة على الأسئلة التالية:

1. تحديد عناصر البيئة التسويقية المذكورة في النص مع التعليل.
2. تحديد تأثير عناصر البيئة التسويقية على السياسة التسويقية لماكدونالدز مع التعليل.
3. كيف تستطيع شركة ماكدونالدز التخفيف من تأثيرات هذه العوامل البيئية وتحويلها إلى عوامل نجاح؟ مع التعليل.