الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير

قسم التسيير

**إمتحان التطبيق السداسي الثاني لمقياس التسويق موجه لطلبة سنة ثانية**

**الأفواج: 1،2،3،4،10**

**الإسم: اللقب: رقم الفوج:**

ضع علامة x أمام الإجابة الصحيحة مع العلم قد يحتمل السؤال أكثر من إجابة:

1. مر تسويق بمراحل تاريخية عديدة وهي:

* مرحلة الإنتاج، مرحلة البيع، مرحلة التسويق، مرحلة التسويق الإجتماعي ، مرحلة التسويق الإلكتروني؛
* مرحلةالإنتاج، مرحلة البيع، مرحلة المنتج، مرحلة التسويق، مرحلة السويق المجتمعي؛
* مرحلة الإنتاج، مرحلة البيع، مرحلة التسويق.

1. من العوامل الخارجية المؤثرة في تحديد السعر:

* أهداف المؤسسة ؛
* المنافسة؛
* دورة حياة المنتج؛
* قيود المؤسسة.

1. من أهم أدوات المزيج الترويجي المستخدم لإقناع الزبون بشكل شخصي:

* البيع الشخصي،
* الرعاية،
* الإشهار،
* تنشيط المبيعات،
* العلاقات العامة.

1. هو نشاط إنساني موجه لإشباع الحاجات والرغبات من خلال عملية التبادل:

* الترويج؛
* التوزيع؛
* التسويق؛
* التسعير.

1. عناصر المزيج التسويقي الممدد:

* المنتج، السعر، التوزيع، الترويج؛
* المنتج، الزمان، السعر، التوزيع، الترويج، المكان، التنوع؛
* المنتج، المكان، السعر، الإتصالات، الدليل المادي، الأشخاص، العمليات؛
* المنتج، العمليات، الترويج، الدليل المادي، التسعير، الأشخاص، التوزيع.

1. من أبرز خصائص هذه المرحلة من مراحل تطور التسويق الإهتمام بالإنتاج والإنتاجية:

* المفهوم التسويقي؛
* المفهوم البيعي؛
* المفهوم المجتمعي؛
* لا توجد إجابة صحيحة

1. من خصائص الخدمة:

* الاملموسية؛
* صعوبة التخزين؛
* التشابه؛
* عدم القدرة على التمليك.
* كل الإجابات صحيحة.

1. تنقسم عناصر البيئية الخارجية إلى:

* عناصر داخلية وعوامل خارجية؛
* عناصر بيئية مؤثرة وعناصر بيئية غير مؤثرة؛
* عناصر كلية وعناصر جزئية؛

1. من العوامل المؤثرة في المزيج التروجي:

* الوعي؛
* البيع الشخصي؛
* الإعلان ؛
* طبيعة السوق.

1. من المنافع التي يؤدها التسويق:

* المنفعة الكاملة،
* المنفعة الزمانية،
* المنفعة البيولوجية،
* المنفعة المتزايدة،
* المنفعة المكانية؛
* كل الإجابات خاطئة.

1. تساهم هذه البيئة على التعرف وفهم القيم والأذواق وقواعد سلوك المستهلك:

* البيئة التكنولوجية،
* البيئة القانونية،
* البيئة الثقافية،
* كل الإجابات صحيحة.

1. تقوم الفلسفة التسويقية على:

* فهم الطلب؛
* تحقيق الربح؛
* عناصر المزيج التسويقي؛
* كل الإجابات صحيحية.

بالتوفيق للجميع