

اسم الطالبه:

المادة: تخطيط الحملات التسويقية الفصل الأول

٢٠

السؤال الأول : اختاري الإجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية بعد قراءة الجملة بتمعن :

١- القيمة النقدية التي يدفعها المستهلك كمقابل لمنتج او خدمة			
أ- السعر	ب - التسعير	ج - المنتج	د- التسويق
٢- الشركة التي تباع نفس المنتج او الخدمة او ما يشابههما			
أ- مستهلكون	ب - منافسون	ج - موزعون	د - محاسبون
٣- الأشخاص الذين يشترون المنتجات او الخدمات لتلبية رغباتهم واحتياجاتهم			
أ- المنافسون	ب- المنتجون	ج - الموزعون	د- المستهلكون
٤- الحصول على معلومات عن كيفية تسويق المنتجات والخدمات وكذلك لك أنشطة وإدارة هذه المعلومات واستخدامها			
أ- التسويق	ب- إدارة معلومات التسويق	ج - السوق	د- التسعير
٥- أي شي تطرحه شركة ما في السوق لتلبية احتياجاته، ويشمل ذلك المنتجات المادية والخدمات والأفكار			
أ - الانتاج	ب - المنتج	ج - المكان	د- السعر

السؤال الثاني : اقرأي الجمل أمامك وقومي بوضع علامة صح امام العبارة الصحيحة وعبارة خطأ امام العبارة الخاطئة مع تصحيح الخطأ ان وجد :

العبارة	الإشارة
١- حاجات العميل هي الأشياء التي يراها الناس ضرورية للعيش	
٢- التسويق هو من وظائف الشركات	
٣- المكان هو مواقع وطرائق مستخدمة لجعل المنتج والخدمة امرا متاحا للعملاء	
٤- الترويج التسويقي هو استراتيجية تشمل أولا تعريف المستهلكين ممن ترغب الشركات في بيع منتجاتها لهم ثم وضع استراتيجية تمكن الشركة من ابتكار وبيع المنتجات التي تلبى حاجات هؤلاء المستهلكين	
٥- المحاسبه والتمويل تعني ان إدارة الشركة تراقب بعناية وتدير موارد الشركة المالية وتحفظ السجلات والمعلومات الخاصة بشؤون الشركة المالية	

السؤال الثالث : طابقي المصطلحات الواردة أدناه بالتعريفات المناسبة :

المصطلح	الرقم	التعريف
١ الإدارة		عملية تنفيذها الشركة وفيها تحدد سعر بيع منتجاتها او خدماتها
٢ المزيج التسويقي		مجموعة معينة من العملاء المحتملين ويعرفون عبر عدة عوامل مثل العمر والجنس ومحل السكن والأنشطة التي يمارسونها وكيفية ممارستها
٣ رضا العميل		دمج اربع عناصر تسويقية مختلف وتعرف بـ4p وتمثل الخطوات التي يمكن لشركة اتخاذها لإرضاء حاجات السوق المستهدفة
٤ التسعير		المسؤوليات المستمرة للمديرين مثل حل المشكلات وإدارة الموظفين وتقييم أنشطة الشركة
٥ السوق		الحاله التي يشعر فيها العملاء بأن شراء منتجات او خدمات من شركة معينه قد لبت طلباتهم وحاجاتهم

السؤال الرابع :

عددي اقسام المزيج التسويقي

- ١ -
- ٢ -
- ٣ -
- ٤ -

عددي ٢ اثنين من منافع التسويق ؟

- ١ -
- ٢ -

انتهت الأسئلة مع تمنياتي لكن بالتوفيق تركية المالكي

اسم الطالب:	المادة: تخطيط الحملات التسويقية الفصل الأول
الشعبة:	التاريخ:

مستعينة بالله .. ابدأ بحل الأسئلة التالية

السؤال الأول : اختاري الإجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية بعد قراءة الجملة بتمعن :

١- القيمة النقدية التي يدفعها المستهلك كمقابل لمنتج او خدمة	أ- السعر	ب- التسعير	ج- المنتج	د- التسويق
٢- الشركة التي تبيع نفس المنتج او الخدمة او ما يشابههما	أ- مستهلكون	ب- منافسون	ج- موزعون	د- محاسبون
٣- الأشخاص الذين يشترون المنتجات او الخدمات لتلبية رغباتهم واحتياجاتهم	أ- المنافسون	ب- المنتجون	ج- الموزعون	د- المستهلكون
٤- الحصول على معلومات عن كيفية تسويق المنتجات والخدمات وكذلك لك أنشطة وإدارة هذه المعلومات واستخدامها	أ- التسويق	ب- إدارة معلومات التسويق	ج- السوق	د- التسعير
٥- أي شي تطرحه شركة ما في السوق لتلبية احتياجاته، ويشمل ذلك المنتجات المادية والخدمات والأفكار	أ- الانتاج	ب- المنتج	ج- المكان	د- السعر

السؤال الثاني : أقرأي الجمل أمامك وقومي بوضع علامة صح امام العبارة الصحيحة وعبارة خطأ امام العبارة الخاطئة مع تصحيح الخطأ ان وجد :

العبارة	الإشارة
١- حاجات العميل هي الأشياء التي يراها الناس ضرورية للعيش	صح
٢- التسويق هو من وظائف الشركات	صح
٣- المكان هو مواقع وطرائق مستخدمة لجعل المنتج والخدمة امرا متاحا للعملاء	صح
٤- الترويج التسويقي هو استراتيجية تشمل أولا تعريف المستهلكين ممن ترغب الشركات في بيع منتجاتها لهم ثم وضع استراتيجية تمكن الشركة من ابتكار وبيع المنتجات التي تلبى حاجات هؤلاء المستهلكين	خطأ
٥- المحاسبه والتمويل تعني ان إدارة الشركة تراقب بعناية وتدير موارد الشركة المالية وتحفظ السجلات والمعلومات الخاصة بشؤون الشركة المالية	صح

السؤال الثالث : طابقي المصطلحات الواردة أدناه بالتعريفات المناسبة :

الرقم	المصطلح	التعريف
١	الإدارة	عملية تنفيذها الشركة وفيها تحدد سعر بيع منتجاتها او خدماتها
٢	المزيج التسويقي	مجموعة معينة من العملاء المحتملين ويعرفون عبر عدة عوامل مثل العمر والجنس ومحل السكن والأنشطة التي يمارسونها وكيفية ممارستها
٣	رضا العميل	دمج اربع عناصر تسويقية مختلف وتعرف بـ4p وتمثل الخطوات التي يمكن لشركة اتخاذها لإرضاء حاجات السوق المستهدفة
٤	التسعير	المسؤوليات المستمرة للمديرين مثل حل المشكلات وإدارة الموظفين وتقييم أنشطة الشركة
٥	السوق	الحالة التي يشعر فيها العملاء بأن شراء منتجات او خدمات من شركة معينة قد لبت طلباتهم وحاجاتهم

السؤال الرابع :

عددي اقسام المزيج التسويقي

- ١ - المنتج
- ٢ - الترويج
- ٣ - المكان
- ٤ - السعر

عددي ٢ اثنين من منافع التسويق ؟



انتهت الأسئلة مع تمنياتي لكن بالتوفيق والنجاح
معلمة المادة \ فاطمة الشهري

اختبار قصير لمادة التخطيط للحملات التسويقية – الفصل الأول (مفهوم التسويق)

اسم الطالبية:----- الصف: ثالث ثانوي (إدارة) / ٤ الدرجة المستحقة: ١٠ /

السؤال الأول: ضعي علامة √ أمام العبارة الصحيحة وعلامة x أمام العبارة الخاطئة:

م	العبارة	العلامة
١	الهدف الرئيسي من التسويق هو دعم حاجات الشركة الداخلية.	
٢	يسهم رضا العملاء في تعزيز سمعة الشركة، إلا أنه لا يزيد من مبيعاتها.	
٣	يرتبط مقدار التسويق الذي تحتاجه الشركة بحجم التصنيع الذي يمكنها القيام به.	
٤	يصف التخصص في العمل المواقف التي يتم التركيز فيها على انتاج منتج محدد أو ممارسة نشاط واحد محدد يتقنونه.	

السؤال الثاني: اختاري الإجابة الصحيحة من بين الخيارات المعطاة:

١	أي مما يلي يعد مثالا على التسويق:	
	أ. لوحة إعلانية على وسيلة نقل عام.	ب. ان يطلب منك تعبئة استبيان أثناء قضائك وقتا في مكان ما.
	ج. صديق يخبرك عن مطعم جديد رائع.	د. جميع ما سبق.
٢	أي مما يلي يعد مثالا على العمليات:	
	أ. بيع المنتجات للمستهلكين في متجر ما.	ب. تثقيف المجتمع المحلي.
	ج. صيانة مباني الشركة.	د. استنباط أفكار منتجات جديدة.
٣	فيما يلي بعض الطرائق التي يساعد فيها التسويق الناس. أي من هذه الطرائق يعد طريقة مساعدة مباشرة:	
	أ. يزرع فيهم الحاجة الى امتلاك أفضل الأشياء.	ب. يساعد الشركات على التفوق على المنافسين.
	ج. يساعدهم على تكوين صداقات ومتابعة النشاطات الاجتماعية.	د. عبر انتاج منتجات مختلفة الألوان تلبية لحاجات السوق.
٤	أي مما يلي ليس من عناصر المفهوم التسويقي:	
	أ. استخدام المواد الخام لإنتاج منتجات جديدة.	ب. تشغيل الأعمال التجارية بربحية.
	ج. تحديد حاجات العملاء.	د. تطوير المنتجات أو الخدمات لتسويقها.

السؤال الثالث: عددي اثنان من:

١. المشكلات التي قد تعترض الشركات التي لا تستخدم المفهوم التسويقي؟

اختبار تشخيصي

اختر الإجابة الصحيحة

١- مجموعة من العمليات أو الأنشطة التي تعمل على اكتشاف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من المنتجات أو الخدمات التي تشبع رغباتهم وتحقق للمؤسسة أرباح خلال فترة زمنية مناسبة.			
أ- التواصل	ب- التسويق	ج- الإعلان	د- الترويج
٢- هو أحد عناصر المزيج التسويقي يتمثل في أي شيء تقدمه شركة ما إلى السوق لتلبية احتياجاتها			
أ- المنتج	ب- المكان	ج- السعر	د- الترويج
٣- هو مجموعة التصرفات التي تصدر عن الأفراد، وهي مرتبطة بشراء السلع والخدمات وعملية اتخاذ القرار			
أ- الترويج	ب- الاعلان	ج- رضا المستهلك	د- سلوك المستهلك
٤- أحد الطرق المستخدمة والمعلومات التي يتم توصيلها لتشجيع العملاء على الشراء المنتجات والخدمات وجعلها أكثر رضاءً بشرائها			
أ- المكان	ب- التسعير	ج- الترويج	د- التسويق
٥- هو أحد عناصر المزيج التسويقي يتمثل في المناطق والطرق التي تستخدم لإتاحة المنتج للجمهور			
أ- المنتج	ب- المكان	ج- السعر	د- الترويج
٦- مجموعة من الأنشطة التي يستخدمها المدرب في بداية جلسة التدريب لجذب انتباه المتدربين.			
أ- أنشطة تعليمية	ب- أنشطة مدرسية	ج- أنشطة تدريبية	د- أنشطة كسر الجليد
٧- في خطوات صنع القرار، بعد خطوة جمع المعلومات تأتي خطوة.....			
أ- الشراء	ب- تقييم البدائل	ج- الشعور بالحاجة	د- سلوك ما بعد الشراء
٨- بأنها <u>المهارة</u> أو <u>التقنية</u> أو المورد المتميز الذي يتيح <u>للمنظمة</u> إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم الآخرون			
أ- المزيج التسويقي	ب- المزيج الترويجي	ج- الميزة التنافسية	د- الترويج
٩- هو نشاط أو نوع من المواد، أو في بعض الأحيان كلاهما. يمكن أن توفر للمستهلكين حافزاً مباشراً للشراء المنتج			
أ- ترويج المبيعات	ب- الاعلان	ج- البيع الشخصي	د- التسويق الالكتروني

١٠- في خطوات خطط التسويق الترويجي، بعد تحديد الأهداف التسويقية يتم			
أ-تحليل المنافسين	ب- وصف المنتجات والخدمات	ج-الترويج	د-تحديد المشتري
١١- عندما تقوم الشركة بتحسين الرضا الذي يقدمه المنتج من خلال تقديم الخدمات والضمانات والمعلومات حول فاعليته، يسمي المنتج في هذه الحالة ب.....			
أ-المنتج الأساسي	ب- المنتج المحسن	ج-المنتج الممتد	د-المنتج الجديد
١٢- في خطط التسويق الترويجي، يتم تحديد KPIs الخاصة بالشركة في مرحلة			
أ- تحليل المنافسين	ب- تحديد الاهداف	ج-تحديد المشتري	د- الترويج
١٣- عندما يتم تحفيز الطلب على علامة تجارية معينة من خلال الترويج لمميزاتها، يسمي إعلان			
أ-مؤسسي	ب-مقارن	ج-تنافسي	د-منتجات
١٤- عندما يروج الإعلان للصور التنظيمية والقضايا والأفكار			
أ-مؤسسي	ب-مقارن	ج-ترويجي	د-تنافسي
١٥- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للمنتجات هو.....			
أ- التسويق الرقمي	ب- البيع الشخصي	ج-المزيج الترويجي	د-الترويج التسويقي
١٦- أحد وظائف عملية التسويق تعتمد على استخدام الدعاية لتقديم منتج أو خدمة للمستهلك			
أ-تخطيط التسويق	ب- التمويل	ج-الترويج	د-البيع
١٧- أحد وظائف عملية التسويق تعتمد على التواصل مع العملاء لتقييم احتياجاتهم واقتراح منتجات جديدة			
أ-تخطيط التسويق	ب- التسعير	ج-إدارة المعلومات	د-البيع
١٨- أحد أنواع دوافع الشراء يظهر عندما يتعلق الأمر بالمشتريات باهظة الثمن			
١- العاطفية	ب- العقلانية	ج- الولاء	د-المحسوبية
١٩- عندما يقرر المستهلك شراء منتج أو علامة تجارية معينة بسبب اعتزازه بها فإن هذا النوع من الدوافع هو			

أ-العاطفية	ب- العقلانية	ج-الولاء	د-تسويقية
٢٠- عندما يتم تجزئة السوق الى قطاعات مختلفة حسب العمر ومستوي التعليم يسمي تجزئة			
أ- جغرافية	ب- سيكولوجية	ج- ديموغرافية	د- استخدام المنتج

نموذج الإجابة

رقم السؤال	الإجابة الصحيحة	رقم السؤال	الإجابة الصحيحة
1	ب- التسويق	20	ج- ديموغرافية
2	أ-المنتج	21	
3	د-سلوك المستهلك	22	
4	ج- الترويج	23	
5	ب-المكان	24	
6	د-أنشطة كسر الجليد	25	
7	ب-تقييم البدائل	26	
8	ج-الميزة التنافسية	27	
9	أ- ترويج المبيعات	28	
10	د-تحديد المشتري	29	
11	ج-المنتج الممتد	30	
12	ب-تحديد الأهداف	31	
13	ج-تنافسي	32	

	33	أ-مؤسسي	14
	34	أ.تسويق رقمي	15
	35	ج-الترويج	16
	36	د-البيع	17
	37	ب-العقلانية	18
	38	ج-الولاء	19