

مملكة البحرين

وزارة التربية والتعليم

إدارة الامتحانات / قسم الامتحانات المركزية

الإجابة النموذجية

امتحان نهاية الفصل الدراسي الأول للتعليم الثانوي للعام الدراسي 2019/2018م

العدد: توحيد المسارات

الزمن: ساعة ونصف

✓ 1 - = 1/2 درجة.

✓ الالتزام بالإجابة النموذجية مع مراعاة الإجابات

الأخرى المنطقية الصحيحة.

اسم المقرر: التسويق

رمز المقرر: سوق 321

(10 درجات)

المطلوب الأول:

أولاً: ضع علامة (✓) أو علامة (✗) أمام العبارات الآتية، مع تصحيح العبارة الخاطئة فيما يلي: (6 درجات)

التصحيح	العلامة	العبارات
	//✓	(1) يقصد بملوك المستهلك هو مجموعة الأنشطة التي يمارسها الفرد أو القرارات التي يتخذها عند طلب السلع أو الخدمات التي تحقق رغبته.
/المزيج الترويجي	✗/	(2) يشمل المزيج التسويقي على أربع عناصر هي: الإعلان، البيع الشخصي، الدعاية، وتنشيط المبيعات.
	//✓	(3) تبدأ مرحلة الشراء عند المستهلك النهائي عند الإحساس بالحاجة.
/الديمقراطية	✗/	(4) التصنيف على أساس التجزئة الجغرافية يتضمن (الحالة الاجتماعية - التعليم - المهنة).
/المستهلك	/✗	(5) إن المنتج هو المحرك الأساسي لعملية التسويق.
	✓//	(6) من أهداف التسعير على أساس الطلب هو تعظيم الربح.

(4 درجات)

ثانياً: علل لما يأتي:

(1) ما زالت بعض الشركات ترفض فكرة الدخول في مجال التسويق الإلكتروني.

1. وجود بعض الشركات الوهمية.

2. عدم وجود سرية في التعامل فقد يتم الحصول على المعلومات عن طريق الاختراق. ص 117

(2) وضع السعر في العملية التسويقية.

1. إمكانية تغييره حسب طلب المستهلكين.

2. له تأثير على سلوك المستهلكين.

3. يؤثر السعر على إيرادات المنشأة.

الإجابة النموذجية

السؤال الثاني:

[12 درجة]

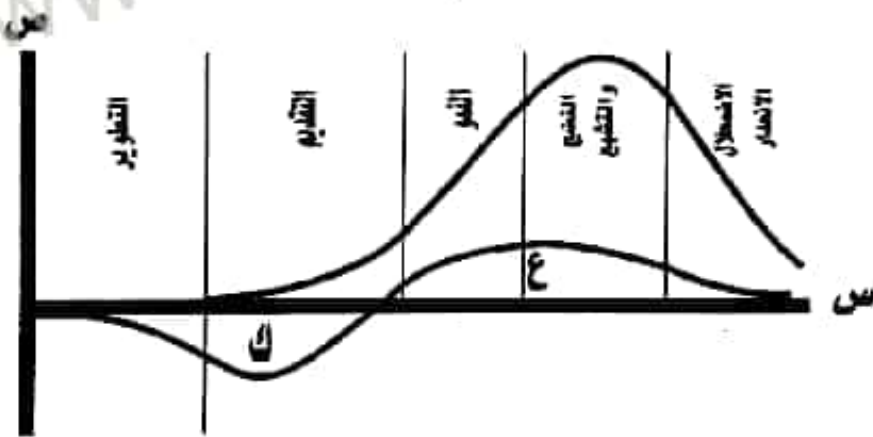
(5 درجات)

أولاً: حدد القنوات التوزيعية المناسبة للسلع الآتية:

السلعة	قنوات توزيع السلع
1. ملابس الأطفال	قنوات السلع الاستهلاكية // أو المنتج = تاجر الجملة = تاجر التجزئة = المستهلك
2. الطائرات	قنوات السلع الصناعية // أو المنتج = المستهلك
3. الخضروات والفواكه	قنوات السلع الاستهلاكية // أو المنتج = تاجر التجزئة = المستهلك
4. عيادة الأسنان	توزيع الخدمات المباشرة // أو المنتج = المستهلك
5. خدمات التأمين	توزيع الخدمات الغير مباشرة // أو المنتج = فوكيل = المستهلك

(7 درجات)

ثانياً: انظر للرسم البياني التالي وأجب عن الأسئلة التي تليه:



- (أ) ماذا يمثل الرسم البياني السابق؟
 (ب) ماذا يطلق على الإحداثيات التالية؟
 (ج) ماذا تمثل كل من (ع) و(ك) على الرسم: ع = ربح / ك = خسارة /
 (د) حدد اسم المرحلة المناسبة من المراحل الموضحة في الرسم البياني السابق:

1. تتباطأ نسبة نمو المبيعات للمنتج ويدخل في مرحلة النضج والتشبع.
2. عرض المنتج في السوق وتمثل نهاية مرحلة ابتكار المنتجات الجديدة هي مرحلة التقديم.
3. تميل المبيعات نحو الانخفاض في مرحلة الانحدار أو الاضمحلال نتيجة لتحول المستهلكين عند شراء المنتج لسبب معين.
4. في مرحلة النمو المبيعات بدأت ترتفع ارتفاعاً سريعاً بسبب معرفة المستهلكين المنتج في الأسواق.

السؤال الثالث:

ضع دائرة حول رمز الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:-

1. المرحلة الأخيرة في عملية اتخاذ قرار الشراء هي:

- (أ) جمع المعلومات. (ب) تقييم البدائل المتاحة.
(ج) تقييم بعد عملية الشراء. (د) القرار الشرائي.

2. من عوامل البيئة الاجتماعية والثقافية:

- (أ) حجم السكان. (ب) العادات والتقاليد.
(ج) حجم التوظيف. (د) البحث والتطوير.

3. يعد نخل الأبراد من عوامل التي تؤثر في المنظمة:

- (أ) البيئة الجزئية. (ب) البيئة الخارجية.
(ج) البيئة الداخلية. (د) البيئة الكلية.

4. مسوق أدوات منزلية بصنف المشتريين على أساس الاستخدام (الخفيف، الوسط، أو الكبير لمنتجاته)،

التصنيف السابق هو مثال على:

- (أ) التجزئة الجغرافية. (ب) التجزئة الديمغرافية.
(ج) التجزئة النفسية. (د) التجزئة السلوكية.

5. يتكون المزيج التسويقي من العناصر التالية ما عدا:

- (أ) المنتج. (ب) العناصر.
(ج) السعر. (د) التوزيع والترويج.

6. تنقسم سلع المستهلك على أساس العادات الشرائية إلى عدة أنواع ما عدا:

- (أ) السلع الميترية. (ب) السلع الإنتاجية.
(ج) سلع السوق. (د) السلع الخاصة.

7. العملاء والموردون من عوامل البيئة:

- (أ) الجزئية. (ب) الثقافية والاجتماعية.
(ج) الطبيعية. (د) السياسية والاقتصادية.

السؤال الرابع:

[12 درجة]

انظر إلى الصورة التالية جيداً، ومن ثم أجب عن الأسئلة التي تليها:



(أ) تمثل الصورة السابقة نموذجاً لعنصر من عناصر المزيج الترويجي، ما هو؟

البيع الشخصي // أو كَتَشَعِيْلًا لِطَبْرِجَات

لغير المتردد حسب الاجابة في « ٤ »

(ب) ماهي سمات عنصر المزيج الترويجي السابق؟

1. يمثل اتصالاً مباشراً بين البائع والمشتري. //

صفحة ١١٢ - ١١٣

2. يمكن رجل البيع من التعرف المباشر والسريع على ردود أفعال المستهلكين تجاه المنشأة. //

3. إمكانية مواءمة الرسالة (البيعية) وتعديلها؛ لتناسب مع كل سوق وكل مستهلك على حدة. //

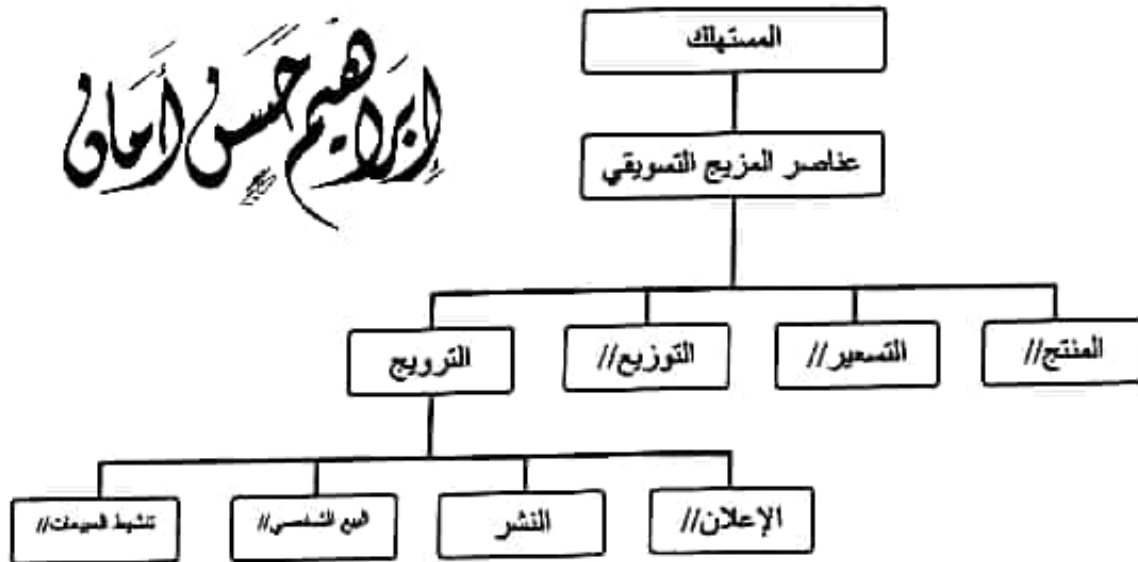
4. ارتفاع تكلفته مقارنة بالعناصر الأخرى للمزيج الترويجي.

5. زيادة أهميته ومعدل استعماله في حالة السلع الصناعية عنها في حالة السلع الاستهلاكية لحاجة بين البائع والمشتري عن الثانية.

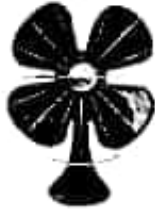
(ج) ماهي قناة التوزيع المستخدمة في الصورة السابقة لتوزيع منتجاتهم إلى المستهلكين النهائيين؟

المنتج / الوكيل / تاجر التجزئة / المستهلك / - أو المنتج / وكيل / المشتري الصناعي //

(د) أن هناك علاقة تكاملية بين الترويج وعناصر المزيج التسويقي. أكمل الناقص في هذا الشكل التوضيحي.



انظر إلى الصور التالية جيداً، ومن ثم أجب عن الأسئلة التي تليها:



(1) ما نوع السلع في الصور؟

سلعة استهلاكية. // سلعة إنتاجية.

(2) من هم أطراف عملية الشراء؟

فرد واحد يؤدي أكثر من دور في العملية الشرائية. //

(3) ماهي دوافع الشراء؟

عقلية أو عاطفية. //

(4) أين يتواجد المشترون للسلع السابقة؟

مناطق جغرافية واسعة. // أو في السوق - المتاجر الصغيرة والبيرة

(5) ما درجة مرونة الطلب على هذه السلع؟ ولماذا؟

مرتفع. // لوجود بدائل متعددة لكل نوع منها. //

(6) يتم تحديد السعر بناءً على حجم المطلوب والمعروض من المنتج في السوق. ما هي أساس طريقة

التسعير التي تباع بها تلك السلع؟

التسعير على أساس الطلب. // أو على أساس السوق.

أ والمرض

(7) اذكر مزايا وعيوب طريقة تسعير تلك السلع؟

المزايا	العيوب
تمكن المنشأة من تحقيق أعلى عائد ممكن. //	صعبة التطبيق. //
	تحتاج بيانات كثيرة عن عوامل لا تخضع لسيطرة المنشأة.

- انتهت الإجابة -