

الشهادة الثانوية التجارية
حل أسئلة مادة التسويق و المبيعات

السؤال الأول : عرف ثلاثا فقط مما يأتي :

التدريج: هو الفرز الفعلي لعرض السلعة النمطية

المنتجات الخاصة: هي المنتجات المميزة بعلامة تجارية ويتميز مستهلكها بقبوله بذل جهد كبير ودفع سعر مرتفع للحصول عليها

السعر المتغير : هو تغيير السعر الذي تلجا إليه المؤسسة مع تغيير التكاليف أو حجم الطلب أو أسعار المنافسين

الحاجات الفيزيولوجية للمستهلك: هي الحاجات الضرورية لاستمرار حياة الإنسان كحاجته إلى الطعام والماء والهواء والراحة

السؤال الثاني : اختر أحد السؤالين التاليين:

١ - تحدث عن مجموعة الوظائف المتعلقة بنقل الملكية

حصر وتحديد الاحتياجات : إن المستهلك العادي يحدد احتياجاته من السلع إذا توفرت الحاجة مع القدرة الشرائية أما المشروعات تحدد حاجاتها على أساس الوفرة في الشراء مع ضمان درجة الجودة المطلوبة فتقوم بدراسات مفصلة حول السعر وعامل الجودة وكميات الشراء .
إثارة الطلب للحصول على فرص للبيع : وتكون إثارة الطلب عن طريق تخفيض ثمن السلع إلا أن زيادة الطلب نتيجة الإعلان تعتبر من الوسائل الفعالة التي تؤدي إلى تعريف المشتريين المحتملين بميزات السلعة وإقناعهم باقتناء السلعة .
التفاوض :بعد تحديد الاحتياجات وإثارة الطلب والوصول إلى الراغبين في السلع تتم عملية التفاوض بين البائع والمشتري ويتناول الحوار الكمية والجودة ومواعيد التسليم ومكان التسليم وشروط الدفع
الفحص والمعانية : وتتم بعد وصول كميات السلع للتأكد من مطابقتها للمواصفات
نقل حق الملكية : لا يتم البيع ولا يعتبر قانونيا إلا بنقل حق الملكية من البائع إلى المشتري

٢ - تحدث عن عناصر وظيفة البيع

إثارة الطلب وذلك عن طريق - قيامه بتخفيض سعر الوحدة من السلعة وبالتالي زيادة الكميات المباعة - وقيامه باستخدام مختلف وسائل ترويج المبيعات
إيجاد الشاري ويعتبر من العناصر الهامة في عملية البيع ويستخدم البائع شتى الطرق لإيجادهم مثل -استخدام الإعلان - اختيار الموقع المناسب -إرسال مندوبين إلى بيوت المستهلكين
تقديم النصح للمستهلكين : يقوم البائع الناجح بتقديم النصائح اللازمة للمستهلكين عن السلع ومزاياها وكيفية استعمالها ويجب أن يكون صادقا

التفاوض على السعر وشروط البيع : ويشمل المساومة التي تتعلق بالأسعار وشروط العقد من حيث الكمية والجودة ومواعيد التسليم ومكانه والخصم على أنواعه ومواعيد نقل الملكية : لا يتم البيع ولا يعتبر قانونياً إلا بنقل حق الملكية من البائع إلى المشتري

السؤال الثالث : اجب | صح | أو | خطأ | عن العبارات الآتية :

- ١_ يلعب التسويق دوراً بارزاً في حياة الأمم . صح
- ٢_ يزداد الطلب على الأموال حين يكون سعر الفائدة مرتفعاً . خطأ
- ٣_ التوزيع الناجح يؤمن السلعة للسوق وللمستهلك في الوقت المناسب . صح
- ٤_ يتم اختيار النموذج الأولي للمنتج في مرحلة الإطلاق . خطأ
- ٥_ تتم عملية شراء سلع التسويق وفقاً للدوافع العاطفية فقط . خطأ

السؤال الرابع : علل أربعة فقط مما يأتي :

١ - اعتبار التسويق عمل إنتاجي لأنه يؤدي إلى خلق منافع اقتصادية

٢ يكسب التخزين السلعة المنفعة الزمانية حتى تضمن استمرار الاستهلاك في المواسم الرديئة

٣ - إتباع المؤسسات سياسة المزيج المتكامل لأنها تؤدي إلى إشباع حاجات أكبر عدد ممكن من شرائح السوق وذلك رغبة من المؤسسة في امتلاك حصة كبيرة في السوق الكلية

٤ - اختيار موظفي البيع للمؤسسة من العاملين لديها لأنها تحقق سهولة أداء وظيفة البيع بنجاح وحذف التكاليف المخصصة للإعلان عن الوظائف والاختيار

٥ - اعتبار تنشيط المبيعات من النشاطات التسويقية: لأنها تتميز بما يلي - قدرتها على جذب الانتباه الذي يمكن أن يقود المستهلك إلى شراء المنتج احتوائها على بعض الحوافز التي تعطي للمستهلك مزايا معينة - تضمنها دعوة صريحة للمستهلك للبدء بعملية الشراء بشكل فوري

السؤال الخامس : اختر الإجابة الصحيحة للعبارات الآتية وانقلها إلى ورقة إجابتك :

- يعتبر التخزين من الوظائف التسويقية : ب - المتعلقة بالنقل المادي للسلع من فوائد استخدام العلامة التجارية: ب - وسيلة لتحقيق الحماية القانونية للمنتج تحقق إستراتيجية التسويق الشامل : أ - التوزيع الجيد للنفقات الإعلانية حاجة الانتماء والحب هي من : ج- حاجات الفرد المواد الطبيعية الأولية هي من : ب - السلع الإنتاجية

السؤال السادس : أجب عن أحد السؤالين التاليين :

- ١ - عدد الأسس التي تقوم عليها الدوافع العاطفية عند شراء سلعة معينة .
- أ - التقليد للآخرين وحب الظهور كثيرا كشراء سلع الموضة الدارجة .
 - ب- الرغبة في الحصول على وسائل التسلية والمتعة كشراء فيديو مثلا .
 - ج- الرغبة في شراء سلع مرتفعة الثمن ونادرة والتفاخر بها أمام الآخرين .
 - د- حب امتلاك الأجهزة الكهربائية المنزلية مثلا لتأمين وسائل الراحة الجسمية والنفسية كشراء أجهزة تكييف الهواء .

- ٢ - عدد الإجراءات التي يتم من خلالها التأثير على دورة حياة المنتج لمصلحة المؤسسة .
- أ - تقصير (اختصار) مرحلة الدراسة
 - ب تسريع بدء مرحلة النمو ومن ثم جعلها تستمر قدر الإمكان
 - ج- جعل فترة النضوج تستمر قدر الإمكان
 - د- تأخير بدء مرحلة الانحدار والتخفيف من حدة التراجع
 - هـ تنسيق عمليات إطلاق المنتجات الجديدة

السؤال السابع : عدد العوامل التي تركز عليها قيمة الرسالة الإعلانية .

الجاذبية

التمايز

المصداقية

السؤال الثامن : رتب مراحل العملية البيعية .

- جذب الانتباه - إثارة الاهتمام - إيقاظ الرغبة - التصرف .