إدارة البرامج الأكاديمية قسم القياس والتقويم	جامعة السودان المفتوحة	برنامج: العلـــوم الإداريـــة الفصل الدراسي: الرابـــع (إدارة + محاسبة) مايو 2012م

المقرر:مبادئ التسويق	الإجابة على كراسة الإجابة	الزمن: 3 ساعات
عدد الأسئلة: 4	الدرجة الكلية: 80	عدد صفحات ورقة الأسئلة: 3

أجب عن جميع الأسئلة

السؤال الأول — 30 درجة

1. اذكر المنافع التي يحققها التسويق للمستهلك؟
2. عدِّد مستويات المنتج التي تشكل ما يعرف بسلم القيمة للعميل؟
3. ما هي أسباب فشل المنتجات الجديدة؟
4. وضِّح العوامل التي تحكم اختيار السعر النهائي للمنتج؟
5. اذكر عناصر عملية الاتصال التسويقي؟

السؤال الثاني — 20 درجة

رتب القائمة (أ) مع ما يناسبها من القائمة(ب)

	القائمة(أ)	القائمة(ب)
1	إدارة التسويق	السلع الزراعية
2	الاسم التجاري	أهداف التسعير
3	السلع الاستهلاكية	الترويج
4	التكاليف الثابتة	تمييز المنتجات
5	المزادات المتصاعدة	مرحلة النمو
6	كشط السوق	الآلات والمعدات
7	التسويق اللوجستي	المنفعة المحورية
8	سلم القيمة للعميل	التخطيط التسويقي
9	المزيج التسويقي	سلع التسوق
10	دورة حياة السلعة	التوزيع المادي

السؤال الثالث — 15 درجة

اكتب عن الآتي:

1) أهداف تغليف المنتجات؟
2) خصائص الخدمات؟
3) الوظائف الأساسية لمنافذ التوزيع؟

السؤال الرابع — 15 درجة

اختر الإجابة الصحيحة لكل سؤال مما يلي:

1. أيّ من الآتي لا يعتبر من مراحل تحديد الأسعار:

أ) تحديد الطلب.
ب) تقدير التكاليف.
ت) الحصة السوقية.
ث) تحليل التكاليف والأسعار.

2. أهم طرق تقدير منحنى الطلب:

أ) حساب مرونة الطلب السعرية.
ب) استخدام البيانات التاريخية عن المبيعات والأسعار.
ت) دراسة عروض المنافسين.
ث) تقدير التكاليف.

3. من خصائص مزيج المنتجات:

أ) الاتساع.
ب) العمق.
ت) الارتباط.
ث) كل ما ذكر صحيح.

4. من العوامل التي تؤثر عل درجة القبول للسلع الجديدة:

أ) الفائدة النسبية للسلعة.
ب) توقيت طرح السلعة في السوق.
ت) سعر السلعة.
ث) العوامل الشخصية للمستهلك.

5. أيّ من الآتي لا يشكل عنصراً من عناصر إعداد الرسالة الإعلانية؟

أ) مضمون الرسالة.
ب) مستقبل الرسالة.
ت) هيكل الرسالة.
ث) مصدر الرسالة.

والله ولي التوفيق