

الواجب رقم 3

مقرر إدارة التسويق (دار 241)

155	الشعبة
1436/06/23	التاريخ
04	عدد الصفحات
-----	اسم الطالب

السؤال الأول : بين مدى صحة أو خطأ كل عبارة مع التعليل.

1. لا تؤثر الأهداف الرئيسية للشركة في الاستراتيجيات التسويقية.

2. يعنى تحليل الموقف السوقي بتحليل خصائص السوق (درجة المنافسة، درجة ثبات الطلب، تقدير حجم ونوعية العملاء...) الماضية والحالية.

3. يوجد نوعان من الميزات التنافسية.

4. تعني استراتيجية تجزئة السوق استخدام مزيج تسويقي واحد لكل فئات السوق.

5. من بين محددات استخدام تجزئة السوق إمكانية توجيه الجهد التسويقي وتعني أنه يجب أن تؤدي التجزئة الى مزيد من القوة لسياسات التسويقية للمنشأة.

6. تعتبر استراتيجيات إثارة الطلب الأولي الاستراتيجيات الوحيدة المتاحة للمنشأة.

السؤال الثاني : اختر الاجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية: (06 درجات)

1. تتكون عناصر التخطيط الاستراتيجي للتسويق من مجموعة من الخطوات التالية ماعدا :

- أ. تحليل الموقف.
- ب. تقييم الفرص والمخاطر التسويقية.
- ج. تحديد الرؤية المستقبلية.
- د. صياغة الأهداف التسويقية.
- هـ. تكوين الاستراتيجيات التسويقية.

2. يبني التخطيط الاستراتيجي في المنشأة على مجموعة من الخطوات التالية ماعدا:

- أ. تحديد الرؤية المستقبلية.
- ب. المهمة.
- ج. تحليل الموقف.
- د. صياغة الأهداف.
- هـ. صياغة الاستراتيجيات العامة.
- و. صياغة الاستراتيجيات التفصيلية.

3. تبدأ عملية إعداد الخطة التسويقية ب :

- أ. صياغة الأهداف التسويقية.
- ب. تحليل الموقف.
- ج. تقييم الفرص والمخاطر التسويقية.
- د. تكوين الاستراتيجيات التسويقية.

4. يقصد بالمركز السوقي :

- أ. مجموعة العملاء الذين لديهم الدوافع والحاجات لشراء منتجات المنشأة
- ب. صورة ذهنية ذات شكل خاص في أذهان المتعاملين.
- ج. ما تقدمه المنظمة من خلال منتجاتها من قيمة مضافة إلى العملاء بشكل يزيد او يختلف عما يقدمه المنافسون