



امتحان الدراسات العليا

التاريخ / ٢٠٢٣/٧/٨	الفرقة / الأولى - ماجستير	القسم / الملابس والنسيج
عدد الأسئلة / ٤ أسئلة	كود المقرر / 62110	المقرر / تسويق الملابس الجاهزة
الدرجة الكلية لامتحان / ٨٠ درجة	الفصل الدراسي/ الثاني	العام الجامعي/ ٢٠٢٢-٢٠٢٣
عدد الطلاب / ٢٢ طالب	زمن الامتحان / ساعتان	طريقة اجابة الامتحان / كراسات اجابة

(٥ درجات)

السؤال الأول: اختر الاجابة الصحيحة من (A) (B) (C) (D):

١. لقد تغير مفهوم النشاط التسويقي وتطور عبر الزمن فيعتبر التوجه بحاجات المستهلك ورغباته قبل الانتاج وبعده من اهم ركائز المفهوم.....

A. الانتاجي .B. البيعي

C. التسويقي .D. التقليدي

٢. عناصر المزيج التسويقي هي الانشطة التي يقوم فيها مدير التسويق باتخاذ قراراته تقع في مجموعات.

A. اربعة .B. خمسة

C. ثلاثة .D. سبعة

٣. المستهلك قد ينتقل فورا بعد ادراك المشكلة الى خطوة وذلك في حالة عدم وجود رضا عن البديل.

A. القرار الشرائي .B. ادراك المشكلة

C. تقييم البدائل .D. التقييم بعد الشراء

٤. من الخصائص المميزة للتسويق الإلكتروني.....

A. المحلية .B. ارتفاع التكاليف

C. العالمية .D. عدم المرونة

٥. من تحديات التسويق الإلكتروني التحدي الخاص بين المجتمعات فهناك الكثير من الأمور المسلم بها في المجتمعات الغربية ولا يصلح تطبيقها في الدول العربية

A. القوانين الأجنبية .B. الفروق الثقافية

C. اللغات الاجنبية .D. طرق الدفع



كلية الاقتصاد المنزلي

وحدة القياس والتقويم

وحدة ضمان الجودة والاعتماد

كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد

(٣٥ درجة)

السؤال الثاني: إذا كانت الاجابة صحيحة ضع علامة (صح) وإذا كانت خطأ ضع علامة (خطأ)

م	العبارات	نوع الجملة
1	التسويق هو عبارة عن جميع أوجه النشاط التي تعمل على انتقال المنتجات من مراكز استهلاكها إلى مراكز انتاجها	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
2	يقتصر النشاط التسويقي على المنظمات التي تعمل في ميدان الأعمال بهدف تحقيق الربح	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
3	من خصائص التسويق الالكتروني القدرة على المخاطبة	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
4	تعرف عناصر المزيج التسويقي ب 4b.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
5	يعتمد الاساس الديموغرافي على تقسيم السوق على اساس بعض المتغيرات مثل العمر والنوع والدخل والمهنة والتعليم ولون البشرة.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
6	تستخدم العينات المجانية للقطاع الذي يعرف عن المنتج وقام بتجربته.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
7	اقتناء السلع والخدمات ذات العلامات التجارية المعروفة يسمى الشراء بغرض التفاخر	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
8	مرحلة البحث عن المعلومات هي اولى مراحل اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
9	دوافع الشراء بغرض التخزين هي شراء المستهلك للسلع والخدمات الأساسية التي تكفل بقاءه واستمراره على قيد الحياة.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
10	تكون كمية المعلومات التي يجمعها المستهلك كبيرة اذا كان المنتج المراد شراؤه من النوع الذي يتكرر شراؤه بصفة دائمة.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
11	من اهداف الاعلان مواجهة المنافسة التجارية أو الإعلانية من السلع أو الخدمات المنافسة.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
12	الإعلان على شبكة الإنترنت لا يحده المكان ولا الزمان.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
13	من وظائف الاعلان بالنسبة للمستهلك تسهيل مهمة الاختيار بين السلع.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
14	التسويق الإلكتروني هو " الاستفادة من الخبرة والخبراء في مجال التسويق في تطوير استراتيجيات جديدة وناجحة وفورية.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F
15	التسويق عبر الأنترنت هو مرادف للتسويق الإلكتروني.	<input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> F



كلية الإقتصاد المنزلي

وحدة القياس والتقويم

وحدة ضمان الجودة والاعتماد

كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد

<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	الوسائط المستخدمة في التسويق الإلكتروني تعرف الحدود الجغرافية.	16
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	يعمل اللاشعور في تحديد السلوك الشرائي.	17
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	توجد امام مدير التسويق عددا من الخصائص التي يمكن استخدامها كمتغيرات لتقسيم السوق منها المتغيرات السلوكية.	18
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	تجانس المنتج من العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الأسواق المستهدفة.	19
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	يجب على مدير التسويق ان يحدد السوق المستهدف قبل اتخاذ القرارات المتعلقة بالمزيج التسويقي.	20
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	من العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الاسواق المستهدفة تجانس المنتج.	21
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	للمفهوم التسويقي أربع ركائز منها تحقيق الربح في الاجل القصير.	22
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	استراتيجية التسويق المتنوع والغير متنوع من استراتيجيات السوق الغير متجانس.	23
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	الأسواق المتباينة هي التحدي الحقيقي لرجل التسويق.	24
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	يعد القاسم المشترك للنشاط التسويقي هو نشاط التبادل.	25
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	يقوم التسويق للمستهلكين بخلق المنفعة الزمانية والمكانية وكذلك خلق منفعة التملك للمشتريين.	26
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	يطلق على النشاط التسويقي الذي هو نشاط يهدف الى علاقة دائمة ومربحة بين طرفي التبادل بتسويق العلاقات.	27
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	يجب على المتسوقين أن تتبع بعض المعايير فيما يتعلق بمجال الترويج منها الابتعاد عن الضغوط العاطفية.	28
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	لم يعد العميل بحاجة للذهاب إلى السوق مع المنظور الجديد للمزيج التسويقي.	29
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	تخفيض تكلفة الإنتاج من بين الخدمات التي يقدمها الاعلان للمنتجين.	30
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	من تحديات التسويق الإلكتروني التحدي الخاص بالمزيج السلعي.	31



كلية الاقتصاد المنزلي
كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان الجودة والاعتماد

وحدة القياس والتقويم

وحدة ضمان الجودة والاعتماد

<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	التجارة الإلكترونية هي تسويق إلكتروني.	32
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	يفصح الإعلان عن شخصية المعلن.	33
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	هناك ارتباط وثيق بين الموقع وثمان تكلفة السلعة عند وصولها للمستهلك الأخير	34
<input type="checkbox"/> T	<input type="checkbox"/> F	من أدوات التسويق وسائل الاعلام الرقمية	35

(٢٠ درجة)

السؤال الثالث: اكتب ما تعرفه ع

- ١ - مراحل التسويق
- ٢ - مراحل اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك

(٢٠ درجة)

السؤال الرابع: اكتب في اثنين مما يأتي

- ١ - أنواع الخطط التسويقية
- ٢ - تصنيف البيئة التسويقية
- ٣ - مميزات وعيوب التسويق الإلكتروني

انتهت الأسئلة

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق...

أ.د / ممدوح مبروك عمر

أ.د / شيماء مصطفى

أ.م.د / إيمان رأفت