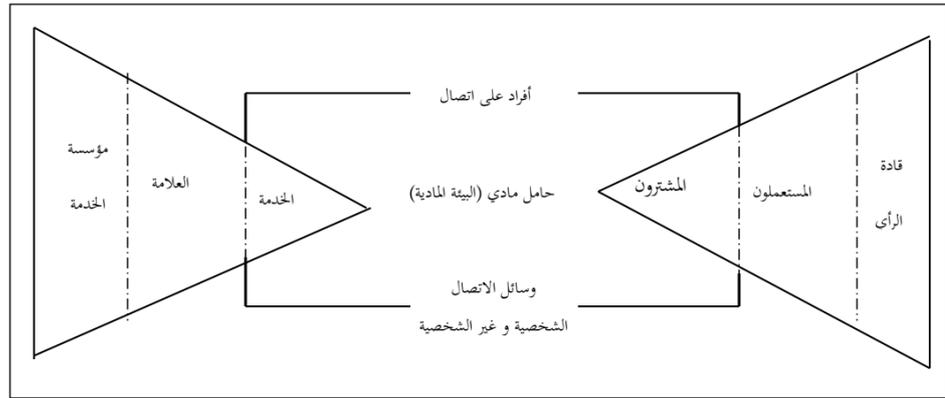


جواب السؤال الأول: (2 ن)

نظام الخدمة، زهرة حزمة، الخدمة الجوهر، الدليل المادي.
جواب السؤال الثاني: (4ن)، موزعة كالتالي: (0.75) لكل جواب صحيح

1. التعريف، الفردية، التفاعل، التكامل، الاستقامة.
2. من أهم شروط ومتطلبات فعالية الإشهار في مجال الخدمات: استعمال جمل واضحة وغير غامضة في الرسالة الإشهارية للمؤسسة الخدمية، تقديم وعود ممكنة التنفيذ، ضرورة توجيه الإشهار للعمال وأفراد الاتصال المباشر: من أجل تحفيزهم ودفعهم لتقديم خدمات ذات جودة عالية، ضرورة توفير دلائل مادية ملموسة، إزالة قلق ما قبل وما بعد الشراء.
3. التسعير على أساس التكلفة، التسعير على أساس المشتري، التسعير على أساس المنافسة
4. نموذج الاتصال التسويقي في الخدمات؟



5. أذكر أنظمة تصنيف الخدمة التي وضعها الباحث لوفلوك (Lovelock, 1983) ؟ ا

طبيعة عمل الخدمة؟ نوع العلاقة بين مؤسسة الخدمة وعملائها؟ حجم المجال المتاح للإنتاج وللرقابة؟ طبيعة العرض والطلب للخدمة؟ كيف يتم تقديم (توصيل) الخدمة؟

6. ذكر مراحل دورة حياة الزبون في قطاع الخدمات

الفوز بالزبون، الاستثمار في الزبون، الاحتفاظ بالزبون، تحول الزبون.

جواب السؤال الثالث: (1ن) لكل اجابة صحيحة.

ج. خصائص المشتري	ب- أهداف المؤسسة د- خصائص الخدمة
لا وجود لاختيارات صحيحة	ب. الاتصالات ج. التسعير د. الفئائية
أ. فجوة المعرفة ب. فجوة الاداك ج. فجوة التفسير	ب. تحليل اشباع الزبون ج. د. بحوث السوق الخاصة
أ. تخفيض درجة الندم ج. زيادة الولاء للعلامة	ب. نظام تسويق الخدمة ج. نظام تشغيل الخدمة د. نظام تسليم الخدمة

1. خطأ:قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس أو لا يكون.
2. خطأ: تعتمد بعض المؤسسات الخدمية على مؤسسات أخرى وسيطة لتسويق خدماتها التكميلية من أجل رفع مستوى الجودة، وتخفيض التكاليف، وزيادة الانتاجية وبالتالي زيادة تنافسية خدماتها.
3. خطأ: تمثل خلية الفراشات في مصفوفة محفظة الزبائن مجموعة الزبائن اللذين يتمتعون باحتمالية الربحية المرتفعة وولاء قصير الأمد
4. تقدم الاستشارات غالبا في مجال الخدمات بناء على طلب العملاء كاستجابة لاستفساراتهم أو كحل لمشاكلهم، بشكل مجاني بهدف الحصول على رضاهم.
5. خطأ: حسب نموذج " Scale of Market Entities " للباحثة (shostack,1977) لا وجود لما يُسمى خدمة خالصة، ولا سلعة خالصة
6. صحيح: يُعد نموذج الجزيئي (the Molecular Model) أداة مفيدة لتوسيع فهم الاختلافات الأساسية بين السلع والخدمات. وهو تمثيلٌ تصويريٌ للعلاقة بين العناصر الملموسة وغير الملموسة في عمليات المؤسسة.
7. صحيح: إن الحكم على جودة الخدمة لا يستند فقط إلى مقارنة الجودة المتوقعة مع الجودة المدركة، بل يستند أيضا إلى التجارب السابقة للمستفيد من الخدمة.
8. صحيح: تسمح علاقات العضوية حسب مصفوفة طبيعة الخدمات بمعرفة حاجات وتطلعات الزبائن ومن ثم تطوير عروض تسويقية ملائمة لهم

بالتوفيق للجميع