

الجزء الأول: (10 ن):

كل عبارة على 1 ن

العبارة	صحيح أو خطأ
يعتبر المزيج التسويقي الخدمي جزء من مزيج الاتصالات التسويقية المتكاملة IMC	خطأ
التصحيح: مزيج الاتصالات التسويقية هي التي تعتبر جزء من المزيج التسويقي الخدمي	
التغذية العكسية في نموذج ويفر وشانون تعني تمرير عدة رسائل إعلانية لنفس المنتج في نفس القناة ونفس الوقت	خطأ
الضوضاء أو التشويش حسب نموذج ويفر وشانون هي التي تعني تمرير عدة رسائل إعلانية لنفس المنتج في نفس القناة ونفس الوقت	
المزيج الترويجي يتكون من أربعة عناصر هي: المنتج، التوزيع، التسعير، البيع الشخصي.	خطأ
التصحيح: المزيج الترويجي يتكون من خمسة عناصر هي: الإعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، ع، ع، التسويق المباشر	
اعتماد المؤسسة على وكالة اعلان داخلية أفضل من ناحية التكلفة والوقت وكذلك فهم السوق	خطأ
التصحيح: اعتماد المؤسسة على وكالة اعلان داخلية أفضل من ناحية التكلفة والوقت ولكن الوكالة الخارجية أفضل في فهم السوق	
تعتبر العينات المجانية من التقنيات المهمة في مجال تنشيط المبيعات الموجه للوسطاء	خطأ
التصحيح:الموجه للمستهلكين	
الحسومات السعرية من تقنيات البيع الشخصي الموجه للمستهلكين العاديين	خطأ
التصحيح: الحسومات السعرية من تقنيات تنشيط المبيعات الموجه للمستهلكين المهمين	
التسويق المباشر يستعمل أنواع متعددة من وسائل الاتصال الجماهيرية ليصل إلى كل أصحاب المصلحة مع المؤسسة	خطأ
الإعلان هو الذي يستعمل...../ يمكن كذلك تصحيح وسائل شخصية ليصل إلى الزبائن الأوفياء	
يقصد بأتمتة قوى البيع المجهود الذي يقوم به البائع فيما يتعلق بوصف المنتج أو الخدمة وعرضه على المشتري و إقناعه بعملية الشراء	خطأ
التصحيح: يقصد بالبيع الشخصي.....	
تعتبر العلاقات العامة من الأنشطة التي تهدف زيادة المبيعات في المدى القصير	خطأ
التصحيح: العلاقات العامة تهدف الى تحسين الصورة وزيادة المبيعات تكون على المدى البعيد.	
يختلف الاشهار عن الإعلان في نوع وسائل الاتصال المستعملة وطبيعة السوق المستهدفة	خطأ
من الناحية الاصطلاحية لا يوجد اختلاف بين الاشهار والاعلان	

الجزء الثاني: (5 ن):

كل فرق على 1 ن

- مزيج الاتصالات التسويقية والمزيج التسويقي:

مزيج الاتصالات التسويقية والذي يعني كذلك المزيج الترويجي جزء من المزيج التسويقي

مزيج الاتصالات التسويقية يتكون من 5 عناصر تذكر: بينما المزيج التسويقي يتكون من أربع عناصر هي.....

- كفاءة الاشهار وفعالية الاشهار:

فعالية الاشهار: تعني وصول المؤسسة لتحقيق أهداف الاشهار

أما كفاءة الاشهار: فتعني وصول المؤسسة لتحقيق أهداف الاشهار بأقل التكاليف الممكنة أي بترشيد النفقات

- الإعلان والاشهار:

الإعلان والاشهار من الناحية الاصطلاحية التسويقية لا يختلفان فقط يقال اشهار في المغرب العربي و اعلان في المشرق العربي

- الإعلان والدعاية

الإعلان: معلوم المصدر، بمقابل يبين إيجابيات المنتج فقط

الدعاية: مجهولة المصدر بدون مقابل، وتبين عادة سلبيات المنتج

- العلاقات العامة وتنشيط المبيعات

العلاقات العامة نشاط ترويجي يهدف لتحسين صورة المؤسسة وكسب ثقة الزبائن والمبيعات تكون على المدى البعيد، بينما تنشيط المبيعات

يهدف لزيادة المبيعات على المدى القصير

الجزء الثالث: (5ن):

شركة "إيكو ستور (EcoStore)" هي شركة ناشئة متخصصة في بيع المنتجات العضوية والصدقية للبيئة عبر الإنترنت. بالرغم من جودة

منتجاتها، تواجه الشركة انخفاضا في حجم المبيعات خلال الأشهر الأخيرة، مما يهدد تحقيق أهدافها المالية. قررت الإدارة استخدام مزيج من

الأساليب التالية:

- الخصومات الموسمية: خصم 20% على جميع المنتجات لفترة محدودة.

- برنامج الولاء: يحصل العملاء على نقاط مقابل كل عملية شراء يمكن استبدالها بخصومات مستقبلية.

- كوبونات رقمية: عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام.

سؤال 1: ما هو النشاط التسويقي المهم الذي قامت به مؤسسة إيكو ستور لزيادة حجم المبيعات؟

1ن

تنشيط المبيعات

سؤال 2: أذكر بدون شرح أهم تقنيات هذا النشاط:

ذكر 4 تقنيات صحيحة.... 1ن

سؤال 3: ما هي الاستراتيجية التي اعتمدتها هذه الشركة ضمن هذا النشاط التسويقي؟

استراتيجية الجذب أو السحب..... 1ن

سؤال 4: أذكر 4 عيوب لهذا النشاط التسويقي مبررا اجابتك بأمثلة

ذكر 4 عيوب صحيحة..... 2ن