

السؤال الاول:

1. اشرح الانتقادات الموجهة للإعلان؟
2. اشرح وظائف البيع حسب ما أوردها مكمري؟
3. قارن (في جدول) بين الدعاية والإعلان؟
4. كيف يمكن للشركات الدخول للتجارة الالكترونية؟

السؤال الثاني: حدّد المصطلح الإداري المناسب للجمل التالية:

1. أحد أشكال تجار الجملة إلا أنهم لا يمتلكون السلعة =
2. يساند الجهود الترويجية =
3. إعلام + إقناع + تذكير + تعزيز =
4. مقابلة المستهلك وجهاً لوجه =
5. مسؤولية رجل التسويق الحديث =
6. عبء العمل + العائد الحدي =
7. كوبونات + جوائز + تخفيضات مؤقتة =
8. جميع الأنشطة التي لا تتضمن التبادل التجاري مع المستهلك =

السؤال الثالث:

أنقل الجدول التالي إلى دفتر الإجابة، محدداً وسيلة الاتصالات التسويقية (الترويج) الأنسب لتحقيق كل هدف في الجدول:

م	الهدف	الوسيلة
1	تعليم المشتري كيفية استخدام السلعة	
2	تزويد المستهلك بمعلومات عن المنتج	
3	إغراء المستهلك بتجربة الماركات الجديدة	
4	إبقاء اسم المنتج في ذهن المستهلك	
5	تحفيز تجار الجملة بمساعدتهم في تكاليف الإعلان	
6	مواجهة الحملات الترويجية للمنافسين	

السؤال الرابع:

ضع إشارة صح (✓) أمام العبارة الصحيحة، وإشارة خطأ (X) أمام العبارة الخاطئة، مع تصحيح الخطأ إن وجد:

- (1) () عند تحديد حجم منطقة البيع لا تراعى الحدود والمساحة الجغرافية.
- (2) () حينما يكون الهدف إيجاد وعي لدى الجمهور عن السلعة فإن البيع الشخصي يكون مناسباً للاتصالات التسويقية.
- (3) () عندما تواجه الشركة صعوبة في الإشراف على رجال البيع فإن الطريقة الأنسب للأجور هي التعويض بالراتب الثابت.
- (4) () متعهد التوزيع يعتبر أحد تجار الجملة.
- (5) () يُعاب على الإعلان في المجلة قصر عمر الإعلان.
- (6) () قنوات التوزيع تؤدي إلى رفع مستوى المعيشة في المجتمع.
- (7) () تسريب الأخبار أحد وسائل الاتصالات التسويقية.
- (8) () قد تؤثر شخصية مندوب البيع سلبياً على حجم المبيعات.