



Tel.: 07/769014

الامتحانات الرسمية لشهادة الإجازة الفنية

دورة عام ٢٠٢٠

اختصاص الإدارة والتسويق

١) الشخصية هي مجموعة من الملامح :

- أ - الفطرية
- ب - المكتسبة
- ج - الإجابتان (أ) و(ب)

٢) ان طبيعة الدوافع هي :

- أ - عاطفية وعقلانية
- ب - فطرية ومكتسبة
- ج - أولية وانتقائية

٣) النزعة الاستهلاكية هي نظام اقتصادي اجتماعي يؤدي الى :

- أ - الشراء بكميات اكبر من الحاجة
- ب - التحفيز على الانتاج
- ج - تشجيع المستهلك على الادخار

٤) يتمثل السلوك الاستهلاكي للمستهلك ب :

- أ - جمع المعلومات عن المنتجات
- ب - طريقة استعمال السلعة
- ج - الكمية المشتراء من السلعة

٥) تعتبر الثقافة والقيم من :

- أ - محاضرات الادراك الداخلية
- ب - دوافع الادراك
- ج - محاضرات الادراك الانتقائية

٦) من خصائص الادراك الاجتماعي :

- أ - الانطباعات عن الآخر
- ب - النماذج
- ج - الإجابتان (أ) و (ب)

٧) تتمثل شروط النظرية الكلاسيكية للتعلم ب :

- أ - التكرار، الترابط والمعنى
- ب - التكرار، التعميم والتمييز
- ج - التكرار، الاستجابة والترابط

٨) ان صورة الذات الفعلية التي تختلف باختلاف دور الفرد هي :

- أ - الذات المثلية
- ب - الذات الممتدة
- ج - الذات الواقعية

٩) ان ترجمة ما نسمع وما نرى واعطاء رأي سريع بدون تفكير يعرف ب :

- أ - التعلم
- ب - الادراك الاجتماعي
- ج - الاتجاه

١٠) الملاعنة تساعد الفرد على :

- أ - تنمية اتجاهاته
- ب - حماية صورته الذهنية
- ج - التكيف مع شيء معين

١١) ان عملية الاستجابة الادراكيه للمنبهات والمعلومات وكيفية تحليلها والاستفادة منها يطلق عليها :

- أ - التصرف
- ب - الاتجاه
- ج - التعلم

١٢) من العوامل الثقافية المؤثرة على سلوك المستهلك :

- أ - التعلم
- ب - الشخصية
- ج - نمط العيش

١٣) تقسم السمات من حيث النوعية الى :

- أ - سمات القدرة والمزاجية
- ب - السمات العامة والفردية
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) غير صحيحتين

١٤) دراسة سلوك المستهلك تساعده رجال الاعمال في :

- أ - دراسة المتغيرات الاجتماعية المعاصرة
- ب - جمع وتحليل البيانات من السوق
- ج - اكتشاف فرص تسويقية مناسبة

١٥) الثقافة المصغرة تمثل معتقدات وتقالييد :

- أ - دولة معينة
- ب - جماعة معينة
- ج - مجتمع معين

١٦) لكل اتجاه ثلاثة عناصر اساسية هي :

- أ - ادراكيه ، سلوكيه ، وجاذبية
- ب - معرفية ، سلوكيه ، تصرفيه
- ج - ادراكيه ، معرفية ، وجاذبية

١٧) قد يلعب المستهلك واحداً أو أكثر من الأدوار التالية في اتخاذ قرار الشراء:

- أ - الشعور بالحاجة ، تحديد البديل وتقييمها ، اتخاذ قرار بالشراء
- ب - المبادر ، المؤثر ، المقرر ، المشتري ، المستخدم
- ج - مراقب ، محل

١٨) تتكون العوامل السيكولوجية المؤثرة في سلوك المستهلك من :

- أ - الثقافة ، الطبقة الاجتماعية ، الجماعات المرجعية
- ب - الدوافع ، الادراك ، التعلم ، الميول
- ج - وقت الشراء ، حالة الشراء ، مكان الشراء

١٩) يكون المستهلك راضياً إذا :

- أ - كان اداء المنتج مساوياً لتوقعات المستهلك
- ب - كان اداء المنتج يفوق توقعاته
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) غير صحيحتين

٢٠) يهتم رجل التسويق بدراسة الدوافع عند المستهلك من اجل :

- أ - تحديد انواعها
- ب - تصميم المنتجات والاعلان
- ج - تحديد الفرص

ضع دائرة حول الإجابة الصحيحة: (علامة واحدة لكل سؤال)

١) مصفوفة بوسطن تعتمد على بعدين في تحليل محفظة الاعمال، هما :

- أ- جاذبية السوق، قوة المنتج في الصناعة.
- ب- الحصة السوقية النسبية، الحصة السوقية للمنافس الاقوى .
- ج- علامات الاستفهام، النجوم .

٢) تتكون مصفوفة ADL من :

- أ- ٤ خانات لأنها تعتمد على بعدين
- ب- ٩ خانات
- ج- ٢٠ خانة

٣) تتضمن الرقابة الاستراتيجية إذ تشمل :

- أ- رقابة قبل التنفيذ، رقابة متزامنة ، رقابة لاحقة .
- ب- رقابة استراتيجية ، رقابة تكتيكية ، رقابة تشغيلية .
- ج- رقابة ذاتية ، رقابة خارجية ، رقابة داخلية .

٤) يصعب الاستفادة من مفهوم دورة حياة المنتج بسبب :

- أ- صعوبة توقيع طول كل مرحلة.
- ب- التأثير المتبادل لكل من الاستراتيجية والمرحلة .
- ج- الإجابتان (أ) و (ب) .

٥) الهدف الأساسي من رسالة المؤسسة هو :

- أ- توضيح اتجاه المؤسسة المستقبلي.
- ب- الدلالة على مجال عمل المؤسسة الحالي (منتجاتها - خدماتها ..) .
- ج- الإجابتان غير صحيحتين.

٦) سياسة المؤسسة هي :

- أ- وسيلة تحقيق أهداف المؤسسة.
- ب- قواعد مرشدة للإدارة عند اتخاذ القرارات .
- ج- قرارات تفصيلية تتعلق بكيفية تنفيذ الاستراتيجية .

٧) تعود أهمية التخطيط الاستراتيجي إلى :

- أ- تقوية قدرة المؤسسة على التنبؤ بأى متغيرات بيئية والتأقلم معها.
- ب- التمكن من ملاعبة نقاط القوة مع الفرص المتاحة لاستغلالها الإستغلال الأمثل .
- ج- الإجابتان (أ) و (ب) .

٨) يتعلق تحليل البيئة الداخلية ب :

- أ- الهيكل التنظيمي ، ثقافة المؤسسة ، قدرات المؤسسة المالية والتجارية والبشرية .
- ب- تحليل زبان المؤسسة والمساهمون .
- ج- تحليل البيئة التكنولوجية ، البيئة الاقتصادية ، البيئة الطبيعية.

٩) يتعلق تحليل SWOT ب :

- أ- تحليل العناصر الاستراتيجية و موقف المؤسسة.
- ب- نقاط القوة والضعف ، الفرص والتهديدات .
- ج- الإجابتان (أ) و (ب) .

١٠) استراتيجية التنويع واحدة من استراتيجيات النمو، تطبق من خلال :

- أ- إضافة منتجات جديدة ودخول أسواق جديدة.
- ب- تنويع المنتجات في الأسواق الحالية .
- ج- تصدير المنتجات إلى أسواق جديدة .

- ١١) التكامل الأفقي يحدث عندما :
 أ - تسيطر المؤسسة على بعض المؤسسات المنافسة .
 ب - تسيطر المؤسسة على قنوات التوزيع .
 ج - تسيطر المؤسسة على مصادر التوريد .
- ١٢) استراتيجية الحصاد إحدى أنواع استراتيجيات الإنكماش تحدث عندما تقوم المؤسسة بـ :
 أ - تغيير عملياتها والانتقال إلى أنواع جديدة من أنشطة الأعمال لمواجهة المتغيرات البيئية .
 ب - تخفيض حجم الأنشطة وجمع الأرباح المالية ثم الخروج من الصناعة .
 ج - تخفيض التكاليف ثم تنفيذ برامج تقوية لتحقيق الاستقرار .
- ١٣) يمكن للشركة دخول الأسواق العالمية باعتماد استراتيجية الترخيص وهي تعني :
 أ - منح مؤسسة أخرى الحق في إنتاج أو بيع منتجاتها لفترة معينة بمعايير أداء معينة وبمقابل مالي .
 ب - إتفاق بين شركتين عالميتين من دولتين مختلفتين بهدف تبادل الإستفادة من أسواقهما .
 ج - الإجابتين (أ) و (ب) غير صحيحتين .
- ١٤) يختلف الهدف التسويقي باختلاف مراحل دورة حياة المنتج إذ يكون الهدف في مرحلة النمو :
 أ - التعريف بالمنتج في مرحلة النمو .
 ب - زيادة الحصة السوقية في مرحلة النمو .
 ج - خلق الطلب الأولي في مرحلة النمو .
- ١٥) وفقاً لمنحنى الخبرة فإن تكلفة إنتاج الوحدة :
 أ - تنخفض مع تضاعف كمية الإنتاج .
 ب - ترتفع بزيادة الإنتاج .
 ج - ترتفع بمرور الوقت .
- ١٦) وفقاً "لبورتر" ترتفع قوة التفاوض للزبائن :
 أ - عندما يكون عددهم كبيراً ومشترياتهم محدودة .
 ب - عندما يسهل الانتقال من مورد لأخر من دون زيادة التكاليف .
 ج - الإجابتين (أ) و (ب) غير صحيحتين .
- ١٧) سلسلة القيمة لبورتر هي :
 أ - نموذج لتحليل أنشطة المؤسسة التي تساعده في خلق القيمة وتحقيق ميزة تنافسية .
 ب - نموذج لتحليل محفظة الأعمال وتعتمد على بعدين في التحليل .
 ج - نموذج لتحسين كفاءة الأنشطة الأساسية والأنشطة الداعمة .
- ١٨) المجموعات الاستراتيجية هي مجموعة من الشركات التي :
 أ - تعمل في صناعة واحدة وتتبع استراتيجيات متشابهة .
 ب - تختلف في الاستجابة للمؤثرات البيئية وللفرص والتهديدات .
 ج - لا يختلف أداؤها نظراً لتشابهها في أساليب تنفيذ الاستراتيجية .
- ١٩) الاستراتيجيات الوظيفية تتحقق على مستوى :
 أ - الإنتاج والتمويل .
 ب - التسويق والموارد البشرية .
 ج - الوظائف الرئيسية للمؤسسة .
- ٢٠) استراتيجية المنتج الأسباب في مرحلة التقديم هي :
 أ - التنويع .
 ب - التشكيل .
 ج - الإجابتين (أ) و (ب) غير صحيحتين .

Entourez la réponse correcte : (1 pt / question)

1) Les petites et moyennes entreprises se caractérisent par:

- a - Diminution de son capital et de son chiffre d'affaires.
- b - L'expansion de ses marchés.
- c - Ce sont des projets indépendants et n'interagissent pas avec l'environnement.

2) Les domaines de travail des petites et moyennes entreprises sont:

- a - Les services uniquement.
- b - Le domaine de production uniquement.
- c - répartis dans les différents secteurs économiques.

3) Parmi les avantages des petits projets, on mentionne :

- a - Difficulté de construction et de mise en œuvre
- b - L'incapacité à s'adapter aux changements du marché.
- c - Dépendance sur la demande locale et la création d'un développement équilibré.

4) Les difficultés et problèmes que les petites et moyennes entreprises confrontent:

- a - Problèmes internes et problèmes externes.
- b - Problèmes externes.
- c - Aucun problème en raison de leur petite taille.

5) Leadership administratif désigne l'activité:

- a - exercée par le leader administratif dans le domaine de la prise de décision et de l'émission d'ordres indépendamment de l'atteinte des objectifs de l'établissement.
- b - pratiquée par le chef administratif pour obliger les employés à travailler et exécuter les commandes.
- c - pratiquée par le leader administratif dans le domaine de la prise de décision, de l'émission d'ordres, de la motivation des collaborateurs et les persuader de coopérer pour atteindre les objectifs de l'institution.

6) Par rapport aux types de leadership administratif:

- a - Le leadership administratif est de plusieurs types, et chaque type a ses propres avantages.
- b - Il n'y a qu'un seul type de leadership administratif.
- c - Le leadership administratif n'a que deux types: le leadership autoritaire et le leadership officiel.

7) L'entrepreneur est:

- a - une personne qui gère un projet existant et ne le possède pas.
- b - le propriétaire de la part de vente la plus élevée dans le marché.
- c - une personne doté de sens de l'initiative et de l'aventure, gère son temps et aime son travail.

8) Environnement entrepreneurial est:

- a - Sans concurrence.
- b - Plein de difficultés et d'obstacles.
- c - Stable.

9) Administration scolaire désigne:

- a - La science et l'art de gérer le personnel humain dans le cadre des établissements d'enseignement dont les activités visent à atteindre des objectifs spécifiques.
- b - La méthode de travail et les responsabilités de haut niveau dans le système éducatif, tels que la planification des objectifs, l'établissement des programmes et de l'échelle scolaire, la détermination des dates d'exams, la fourniture d'aide et du personnel aux administrations scolaires.
- c - Le système chargé de la mise en œuvre des politiques éducatives, supervisée par un directeur dont les responsabilités sont centrées sur la guidance de l'équipe scolaire pour assumer son rôle et sa mission envers les enfants tout en mettant en œuvre les listes et les règlements édictés par le Département de l'éducation.

10) Parmi les tâches et les fonctions du directeur de l'école portant sur l'amélioration du programme :

- a - La supervision.
- b - L'administration.
- c - Le Leadership.

11) Parmi les tâches du directeur de l'école concernant la préparation de la rentrée :

- a - L'administration.
- b - La supervision.
- c - Le leadership.

12) Concernant les fonctions administratives à l'école, le travail scolaire :

- a - est limité à la supervision uniquement.
- b - dépend des différentes fonctions administratives regroupées (planification, organisation, contrôle, supervision).
- c - dépend uniquement du contact avec l'école.

13) La centralisation et non délégation sont des :

- a - caractéristiques du responsable administratif.
- b - difficultés de l'administration scolaire.
- c - (a) et (b).

14) L'hôpital est un établissement de santé qui:

- a - fournit uniquement des soins et des services médicaux.
- b - mène des recherches et des études.
- c - fournit des soins au patient et qui comprend des services hôteliers, sociaux, médicaux et bancaires.

15) Les hôpitaux sont classifiés selon :

- a - Le type de service – La propriété.
- b - Le montant payé.
- c - L'emplacement.

16) Gestion des dossiers médicaux est:

- a - considéré comme l'un des services de soutien afin de contribuer à la qualité des soins aux patients
- b - l'enregistrement du nom du patient et de la date d'admission à l'hôpital uniquement
- c - Ne fournit pas de protection juridique au patient

17) Il existe des caractéristiques et critères importants qui doivent être disponibles dans chaque hôpital :

- a- La variation de la largeur des couloirs et des portes d'un hôpital à l'autre.
- b - Facilité d'accès.
- c - L'absence de nécessité d'avoir des entrées privées et publiques.

18) L'hôtel est

- a - un endroit pour héberger uniquement les clients.
- b - une organisation administrative dont les caractéristiques économiques et sociales fournissent de la nourriture, des boissons et d'autres services en échange sont de frais déterminé.
- c - un lieu spécialement conçu pour les loisirs et le repos uniquement.

19) L'une des caractéristiques de l'hôtellerie est:

- a - l'activité commerciale.
- b - un volume d'activité touristique fixe et indépendant de la saisonnalité.
- c - Dépendance du facteur humain.

20) Le Taux d'occupation dans les hôtels est:

- a - le nombre de lits vendus par rapport au nombre de lits offerts.
- b - le nombre de lits offerts par rapport au nombre de lits vendus.
- c – Les deux réponses sont incorrectes.

الاختصاص والرمز : الإدارة والتسويق (١٣٠٦)

المادة : التسويق الإستراتيجي

المستندات المسموح بها : لا شيء

ضم دائرة حول الإجابة الصحيحة: (علامة واحدة لكل سؤال)

- (١) تتأثر بالقيم والعادات والدين والأخلاق:
ج - الطلبات ب - الرغبات أ - الحاجات

(٢) يتاثر اختيار استراتيجية السوق المستهدف بعوامل تتعلق ب :

- أ - المنظمة - المنتج - السوق
ب - السعر - التوزيع - الترويج
ج - الوسطاء - المشترين - المنافسين

(٣) و هما مفتاحان اساسيان لبناء علاقة ممتدة مع الزبون:

- أ - القيمة والاشباع
ب - المزيج التسويقي والمزيج الترويجي
ج - تقسيم السوق والتوضيح

(٤) يبدأ تحليل المنافسة بتحديد مجال المنافسة . والمنافس هو :

- أ - من يقدم نفس منتج الشركة
ب - من يقدم منتجا بديلا يشبع نفس الحاجة
ج - أو ب

(٥) يتعلق المزيج الترويجي ب :

- أ - المنتج - السعر - التوزيع - الترويج
ب - الإعلان - البيع الشخصي - التسويق المباشر
ج - الانتاج - الكلفة - السعر - التوزيع

(٦) يمكن تقييم المنافس من خلال :

- أ - مركزه التنافسي - الأسواق التي يستهدفها - استراتيجياته التنافسية
ب - امكاناته المالية والفنية والإدارية
ج - (أ) و(ب)

(٧) للمحافظة على مركزها القيادي تعتمد الشركة القائدة استراتيجيات منها :

- أ - توسيع نطاق السوق - حماية الحصة السوقية - تحسين الحصة السوقية
ب - مواجهة قوة الشركة المنتحدة - التركيز على نقاط ضعف المنافس
ج - التبعية الكاملة - التبعية عن بعد - التبعية الانتقائية

(٨) من أولويات إدارة العلاقة مع الزبائن :

- أ - تتبع مستويات رضاء الزبائن عن الخدمة المقدمة
ب - إمداد الموظفين المعاملين مع الزبائن بأفضل المعلومات
ج - الاستهداف الصحيح للزبائن وتعلم كيفية المحافظة عليهم

(٩) التسويق الاستراتيجي هو :

- أ - برنامج تتبناه المنظمة الموجهة بالسوق لتقديم منتجات لها قيمة أكبر من التي يقدمها المنافسون
ب - الملاعة بين موارد المنظمة والفرص المتاحة في المدى البعيد
ج - وسيلة تحقيق أهداف التسويق

(١٠) يتم عملية التخطيط الاستراتيجي على مستوى :

- أ - المنتج والسوق
ب - المزيج التسويقي والنظم التسويقية
ج - المنظمة والأدارات

(١١) تتم العملية التسويقية على مستوى :

- أ - رسالة المنظمة وأهدافها
ب - محفظة الأعمال والفرص التسويقية
ج - المنتج والسوق

(١٢) تتعلق استراتيجية تنمية السوق ب :

- أ - سوق حالي ومنتج حالي
- ب - سوق جديد ومنتج جديد
- ج - سوق جديد ومنتج حالي

(١٣) السوق المستهدف هو :

- أ - مجموعات من المستهلكين المتتوالين في الخصائص والاحتياجات
- ب - مجموعة المستهلكين التي تخطط المنظمة لأشياع احتياجاتهم
- ج - جميع المستهلكين الحاليين والمتوالين لسلعة أو خدمة

(١٤) الفرصة التسويقية هي :

- أ - كل الحاجات غير المشبعة
- ب - المجالات التسويقية التي تتمتع فيها المنظمة بميزة تفضيلية مقارنة بالمنافسين
- ج - المجالات التسويقية التي يفشل فيها المنافس

(١٥) يقصد بالشركاء من خارج المنظمة :

- ج - (أ) و (ب)
- ب - الموزعين
- أ - الموردين والمنافسين

(١٦) يمكن تحديد التموضع التسويقي عبر شقين :

- أ - تحديد مجال النشاط - اختيار الخصائص التمييزية
- ب - المبيعات - الارباح
- ج - الخصائص المادية - الخصائص الخيالية

(١٧) تتكون العوامل السيكولوجية المؤثرة في سلوك المستهلك من :

- أ - الثقافة - الطبقة الاجتماعية - الجماعات المرجعية
- ب - الدوافع - الادراك - التعلم - الميول
- ج - وقت الشراء - حالة الشراء - مكان الشراء

(١٨) يتحدد مجال عمل المنظمة من واقع :

- أ - نوع منتجاتها
- ب - احتياجات المستهلكين
- ج - أهدافها

(١٩) تتجه المنظمة لاعتماد استراتيجية النمو القائم على التنويع عند:

- أ - استنفاذ الفرص داخل الصناعة او عندما تكون الفرص الخارجية افضل
- ب - رغبة المنظمة تحقيق تكامل في عملياتها اذا كانت الصناعة مزدهرة
- ج - وجود فرص غير مستغلة بالكامل في اسواقها او منتجاتها

(٢٠) في المنظمة الموجهة بالسوق نجد أن :

- أ - المستهلك هو مركز الاهتمام
- ب - تقوم ادارة التسويق بدور المنسق بين الادارات لتحويل احتياجات المستهلك الى منتجات ذات قيمة تشبيعية
- ج - (أ) و (ب)

ضع دائرة حول الإجابة الصحيحة : (علامة واحدة / سؤال)
(١) بالرغم من أهمية البيع الشخصي الا انه لا يخلو من عيوب اهمها :

- أ - ارتفاع التكاليف.
- ب - مشاكل تنظيم رجال البيع وادارتهم .
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) .

٢) الغرض من مقابلة البيع الاولية :

- أ - استبعاد غير الصالحين للبيع.
- ب - الحصول على معلومات لا يمكن الحصول عليها من طلب الاستخدام .
- ج - تكوين فكرة عن نوع التدريب الذي ينقص طالب الوظيفة .

٣) يفضل عمل تدريب ل :

- أ - الباعة الجدد.
- ب - الباعة القدامى .
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) .

٤) يكثر استخدام التدريب الجماعي مقارنة بالتدريب الفردي بسبب :

- أ - انه اقتصادي وسريع التنفيذ.
- ب - يتكيف مع حاجة البائع .
- ج - مناسبته للمؤسسات الصغيرة .

٥) لتحديد أجر رجل البيع يجب مراعاة :

- أ - المجهود العقلي والجسماني للوظيفة.
- ب - أجور الشركات المنافسة .
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) .

٦) من حسنات طريقة المرتب الثابت للبائع :

- أ - حد البائع لزيادة مجهوده .
- ب - جذب الباعة الكفوئين
- ج - تحقيق الاستقرار والامان للبائع

٧) من أدوار مدير البيع بالنسبة للشركة :

- أ - يوزع المسؤوليات على فريق البيع
- ب - يوجه فريق البيع لتنفيذ الهدف المطلوب
- ج - يدرب فريقه بشكل جيد

٨) يخلط البعض بين وظيفتي البيع والتسويق الا ان هناك فرق بينهما حيث :

- أ - أهداف واستراتيجيات التسويق تتدرج في اطار اهداف واستراتيجيات البيع
- ب - يبدأ عمل البيع من السوق بينما يبدأ عمل التسويق من المصنع
- ج - مهمة التسويق تحديد النقص في اشباع الحاجات والعمل على اشباعها بينما مهمة البيع هي حد الزبون على الشراء

٩) من العوامل التي تؤثر في تنظيم فريق البيع :

- أ - حجم فريق البيع
- ب - تحديد المسؤوليات والصلاحيات
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) .

١٠) من مساویاته الاعتماد على فريق بيع خارجي :

- أ - تركيز المنتجين على وظيفة الانتاج .
- ب - عدم قدرة المنتج تحمل أعباء التوزيع .
- ج - احتمال عدم توصيل صورة الشركة للسوق كما يريدها المنتج .

١١) يمكن تنظيم فريق البيع بحسب المنتج في حالة :

- أ - تعدد أسواق تصريف المنتج.
- ب - تعدد منتجات الشركة وتعقدتها .
- ج - تعدد زبائن الشركة واختلاف طريقة التعامل مع كل نوع .

١٢) من اسس اعداد فريق البيع ، توفير المعلومات الازمة لقيامه بعمله مثل :

- أ - معلومات عن (المؤسسة، المنتجات، المنافسة).
- ب - النماذج، التقارير، الفواتير .
- ج - معلومات عن مصادر التمويل الخارجي للشركة .

١٣) يحتاج البائع إلى معرفة نوع الزبون الذي يتعامل معه ليختار أسلوب التعامل المناسب ، فالزبون المتعدد يستوجب من البائع :

- أ - ان لا يربكه بكثرة المعروضات ودون ان يشعره بذلك وان يركز مجهوده على عدد قليل من المعروضات
- ب - ان يكون سريع الحركات ولا يكرر ما قاله حتى ولو كان بأسلوب آخر
- ج - ان يكون مستمعاً متواضعاً ومعجبًا بالاستماع وبنقاً في الرد على اعتراض البائع .

١٤) ان المقابلة البيعية الجيدة يجب ان تمر بمراحل متتالية. وهي تتعلق ب :

- أ - الانتباه، الاهتمام، الرغبة، الإقناع، اتخاذ القرار .
- ب - الاهتمام، الاقتناع، المقارنة، التصرف .
- ج - جمع المعلومات، تحليل البدائل، تقييم البدائل، اختيار البديل المناسب .

١٥) الحصص البيعية هي :

- أ - رقم المبيعات المسند إلى مندوب بيع في منطقة معينة ولفتره معينة.
- ب - عدد الوحدات التي باعها مندوب المبيعات في منطقة معينة .
- ج - حصة المؤسسة من مبيعات المنتج في السوق بواسطة مندوب البيع .

١٦) المنطقة البيعية هي :

- أ - المنطقة الجغرافية التي يتواجد فيها عدد كاف من الزبائن الحاليين والمتحتملين لتشغيل البائع بكامل طاقته .
- ب - المنطقة المحيطة بمتجر وتستقطب زبائن محتملين وتقاس بالوقت والمسافة .
- ج - المنطقة التي يلتقي فيها البائعين والمشترين .

١٧) من وجهة نظر ادارة المبيعات يفضل ان يعتمد مدير المبيعات نمط :

- أ - القيادة التقليدية .
- ب - القيادة التحويلية .
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) غير صحيحتين

١٨) من ايجابيات الاعداد المركزي لفريق البيع :

- أ - انخفاض كلفة المواصلات وابواء الافراد.
- ب - امكانية تجميع العديد من الاختصاصيين في مكان واحد .
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) .

١٩) القيادة التحويلية تهدف إلى :

- أ - الوصول إلى مستوى الاداء المتوقع من الفرد من خلال الحوافز والكافئات والاعتراف بالجهد المبذول.
- ب - اثارة الاهتمام لدى المسؤولين والارتقاء بمستوى ادائهم إلى ما هو أعلى من المتوقع منهم .
- ج - تمكين البائع من تغيير مهمته وبيع منتجات متعددة وبمناطق بيعية متعددة .

٢٠) يمكن تقييم البائع تقييماً كمياً من خلال قياس :

- أ - مدى المامه بمنتجات الشركة.
- ب - درجة ارضائه لاحتاجات الزبائن .
- ج - الإجابتان (أ) و (ب) غير صحيحتين

Entourez la réponse correcte: (1pt/question)

1) Les services complémentaires peuvent être classifiés en deux groupes:

- a - Services d'information - Présentation de consultations
- b - Services de facilitation - Services de support
- c - Services de base - Services secondaires

2) Le rôle d'intermédiaire dans la distribution du service se concentre sur:

- a - La facilitation de la distribution de services complémentaires
- b - La présentation du service de base
- c - (a) et (b)

3) Les sources de communication marketing dans les services sont composées de:

- a - Messages d'origine interne de l'organisation - messages d'origine externe de l'organisation
- b - Sources productives - Sources marketing - Médias de publication - clients
- c - (a) et (b)

4) En raison du petit nombre d'acheteurs sur le marché des entreprises, le spécialiste du marketing devrait :

- a - Classifier le marché en fonction de la taille
- b - Accorder une importance à la gestion des relations clients
- c - Prouver son acquisition d'un haut niveau d'expérience

5) Lors du choix d'un client d'affaires, vous devez prêter attention à :

- a - Classifier le marché pour accéder aux secteurs relativement importants
- b - Classifier les clients dans une hiérarchie selon un calendrier d'achat, par exemple
- c - Eloigner les sociétés de services

6) La protection des produits commerciaux peut être fournie par:

- a - Le renforcement des relations avec les distributeurs
- b - Une Communication directe avec le chef de production
- c - Un recours aux moyens promotionnels

7) L'idée d'un nouveau produit peut être obtenue par:

- a - Brevets de création
- b - Clients actuels
- c - (a) et (b)

8) Lors de la préparation de la visite d'un client d'affaires, il faut:

- a - Faire la connaissance de tous les membres du personnel de l'entreprise
- b - Préparer le dossier de l'entreprise et élaborer une liste de sujets à discuter
- c - Poser des questions techniques lors de la présentation pour s'assurer de la compréhension de l'explication

9) L'incapacité de stocker les services mène:

- a - Au manque de tangibilité des services
- b - Au déséquilibre de l'offre et de la demande
- c - À la participation du client dans la production du service

10) Le mix marketing traditionnel ne suffit pas à promouvoir les services, il est nécessaire d'ajouter d'autres éléments tels que:

- a - Fournisseurs de services et clientèle – Environnement physique - Processus
- b - Service de base - Services complémentaires
- c - Le personnel - Procédures de la présentation de services

11) Dans l'organisation des services, il existe une relation complémentaire entre trois fonctions, qui sont :

- a - La fonction commerciale - La fonction sociale - La fonction financière
- b - Marketing - Opérations - Ressources humaines
- c - Les deux réponses sont incorrectes.

12) Le client évalue la qualité de service en fonction de deux niveaux d'attentes:

- a - Service souhaité et service acceptable
- b - Service de base - Service complémentaire ou requis
- c - Le niveau de confiance - le niveau de sécurité

13) La zone de tolérance est affectée par :

- a - Les promesses implicites et les promesses explicites fournies par l'organisation de service
- b - Une multitude d'alternatives de présentation de service
- c - (a) et (b)

14) Pour faire face à la difficulté d'évaluer un service avant de l'acheter, cette stratégie peut être adoptée :

- a - Publicité
- b - Service personnel
- c - Gestion des rendements saisonniers de revenus (Yield management)

15) Compte tenu de l'importance de la concurrence dans le secteur des services, et de la saturation du marché pour de nombreux services, l'organisation de services doit chercher à la distinction intéressant le client, il est donc préférable de:

- a - Fournir tous les services à tous les individus
- b - Fournir un mix marketing restreint pour un secteur de marché déterminé
- c - Adopter un marketing indifférencié

16) L'importance du positionnement dans les services marketing est revient à:

- a - L'aide à la segmentation du marché des services
- b - Facilitation du développement du mix marketing approprié
- c - L'aide à la justification de la mission de l'entreprise

17) Pour établir une stratégie de positionnement, certaines analyses doivent être menées telles:

- a - Analyse de marché - analyse interne - analyse des concurrents
- b - Analyse marketing - Analyse financière - Analyse productive
- c - (a) et (b)

18) L'organisation de service doit changer sa positionnement à cause de:

- a - Avancements technologiques
- b - Changement dans la structure du marché
- c - (a) et (b)

19) Le marketing relationnel est:

- a - Marketing soucieux de négocier et de partager des opinions
- b - Marketing qui dépend de la création d'une base de données clientèles
- c - Marketing qui conduit à une durable relation avec les parties avec lesquelles l'organisation de services collabore

20) On peut réduire les facteurs menant aux fuites de clients en:

- a - Mettant en place un mécanisme de réception des plaintes et de traitement
- b - Accordant des récompenses de fidélité
- c - Effectuant un bon choix de clients

الاختصاص والرمز: الادارة والتسويق (١٣٠٠٨)
المادة: مناهج بحوث التسويق ودراسة الحالة
المستندات المسموح بها: لا شيء

ضع دائرة حول الإجابة الصحيحة: علامة لكل سؤال

١- بحوث التسويق هي :

- أ- جمع وتسجيل وتحليل البيانات المتعلقة بالمشترين
- ب- تحليل البيانات المتعلقة بمشكلة تسويقية
- ج- الإجابات غير صحيحتين

٢- أي من الحالات التالية يعتبر دراسة سوق ؟

- أ- دراسة اسباب تمويع المنتج بشكل مختلف عن ما يستهدفه الشركة
- ب- تقدير عدد الطلاب المقبلين على التعليم المهني للعام الدراسي القادم
- ج- دراسة إطلاق حملة إعلانية لمواجهة إنخفاض المبيعات

٣- يبدأ البحث التسويقي بـ :

- أ- تحديد مجتمع الدراسة
- ب- تحديد البيانات المطلوبة ومصادرها
- ج- الإجابات غير صحيحتين

٤- من شروط العينة الجيدة :

- أ- أن تكون إحتمالية
- ب- أن تكون ممثلة لمجتمع البحث
- ج- أن يكون حجمها صغير

٥- من سلبيات البحوث الكمية :

- أ- لا يمكن تعليم نتائجها
- ب- إرتفاع التكاليف
- ج- لا تصلح لاستخدام التحليل الاحصائي

٦- وفقاً للعينة الطبقية :

- أ- يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات متباينة من داخلها ومتميزة عن بعضها
- ب- لا يجب توافر إطار بأسماء وعناوين أفراد مجتمع البحث
- ج- لا يجب أن يكون المجتمع البحث مختلفاً من حيث الهدف

٧- يعتمد البحث الكمي على :

- أ- عينة ممثلة لمجتمع البحث
- ب- إجراء البحث على مجموعة محددة من المستقصى منهم
- ج- الإجابات غير صحيحتين

٨- البحث التجاري يعتمد على :

- أ- دراسة الحالات
- ب- البيانات الثانوية
- ج- اختبار علاقات السبب والنتيجة

٩- من مزايا البيانات الأولية :

- أ- قلة تكاليف جمعها
- ب- سرعة الحصول عليها
- ج- الدقة والحداثة

١٠- من مصادر البيانات الثانوية :

- أ- الإستقصاء
- ب- إصدارات البنك الدولي ومنظمات الأمم المتحدة
- ج- الإجابات أوب

١١- يمكن تحفيز المستقصى منه للإجابة من خلال :

- أ- إرسال الاستبيان في الوقت المناسب
- ب- إعطاء ضمان بسرية المعلومات
- ج- الإجابات أوب

١٢ - ورد السؤال التالي في استقصاء مقترن لرواد مطعم معين : هل المزيج التسويقي للمطعم متناسق ؟ لم يوافق المدير على السؤال واستبعده من القائمة، ما هو السبب المنطقي للرفض ؟

- أ- سؤال مركب
- ب- سؤال يوحى بالإجابة
- ج- يستخدم مصطلحاً غير مفهوم

١٣ - هل توافق على اجراء الامتحانات النهائية عبر الانترنت ؟ أوافق تماما ... أوافق ... بدون رأي محدد ... لا أوافق ... لا اوافق مطلقا ... ما هو نوع المقياس المستخدم ؟

- أ- سؤال مغلق مفتوح
- ب- سؤال مفتوح
- ج- ليكرت (Likert)

٤ - تستخدم عينة كردة الثلوج :

- أ- عندما نواجه صعوبة في تحديد أعضاء المجتمع المرغوب دراسته
- ب- إذا كان هناك افراد لهم وزن مهم في مجتمع البحث
- ج- الإجابتان (أ) و (ب) غير صحيحتين

٥ - تصلح المقابلة الفردية المتمعقة عند :

- أ- خصوصية البيانات
- ب- الرغبة في التعمق في دراسة سلوك المستهلك
- ج- الإجابتان أ وب

٦ - نظم المعلومات التسويقية هي :

- أ- النظم التي تهتم بتسجيل البيانات المتعلقة بالمشاكل التسويقية
- ب- النظم التي تهتم بجمع وتسجيل وتحليل البيانات المتعلقة بالسوق
- ج- النظم التي تعنى بحفظ وتخزين المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات التسويقية

٧ - تبدأ دراسة الجدوى التسويقية ب وتنتهي ب

- أ- تبدأ بتحديد البيانات اللازمة للدراسة وتنتهي بإعداد المزيج التسويقي
- ب- تبدأ بالبيانات اللازمة للدراسة وتنتهي بإعداد التقرير النهائي
- ج- تبدأ بالدراسة المبدئية وتنتهي بالدراسة التفصيلية

٨ - من تقنيات المراقبة :

- أ- العد
- ب- تحليل المحتوى
- ج- الإجابتان أ وب

٩ - من مساوى المقابلة الشخصية كأسلوب لجمع البيانات :

- أ- القدرة على تكيف الأسئلة وقت المقابلة
- ب- عدم الدقة بسبب عدم وضوح الأسئلة
- ج- الإجابتان غير صحيحتين

١٠ - يستخدم السؤال المفتوح في الحالة التالية :

- أ- سرعة إعلان النتائج
- ب- البحث الاستطلاعية وبحوث الدوافع
- ج- مجتمع البحث من غير المثقفين

١) الشخصية هي مجموعة من الملامح :

- أ - الفطرية
- ب - المكتسبة
- ج - الإجابتان (أ) و (ب)

٢) ان طبيعة الدوافع هي :

- أ - عاطفية وعقلانية
- ب - فطرية ومكتسبة
- ج - أولية وانتقائية

٣) النزعة الاستهلاكية هي نظام اقتصادي اجتماعي يؤدي الى :

- أ - الشراء بكميات اكبر من الحاجة
- ب - التحفيز على الانتاج
- ج - تشجيع المستهلك على الادخار

٤) يمثل السلوك الاستهلاكي للمستهلك ب :

- أ - جمع المعلومات عن المنتجات
- ب - طريقة استعمال السلعة
- ج - الكمية المشتراة من السلعة

٥) تعتبر الثقافة والقيم من :

- أ - محركات الارادات الداخلية
- ب - دوافع الارادات
- ج - محركات الارادات الانتقائية

٦) من خصائص الارادات الاجتماعي :

- أ - الانطباعات عن الآخر
- ب - النماذج
- ج - الإجابتان (أ) و (ب)

٧) تتمثل شروط النظرية الكلاسيكية للتعلم ب :

- أ - التكرار، الترابط والمعنى
- ب - التكرار ، التعميم والتمييز
- ج - التكرار ، الاستجابة والترابط

٨) ان صورة الذات الفعلية التي تختلف باختلاف دور الفرد هي :

- أ - الذات المثالية
- ب - الذات الممتدة
- ج - الذات الواقعية

٩) ان ترجمة ما نسمع وما نرى واعطاء رأي سريع بدون تفكير يعرف ب :

- أ - التعلم
- ب - الارادات الاجتماعي
- ج - الاتجاه

١٠) الملاعنة تساعد الفرد على :

- أ - تنمية اتجاهاته
- ب - حماية صورته الذهنية
- ج - التكيف مع شيء معين

المعدل : (٨)
المدة : ٤٥ دقيقة

الإخلاص والرمز : الإدارة والتسويق (٤٣٠٠)
المادة : التجارة الدولية والعلوم
المستندات المسموح بها : لا شيء

Entourez la réponse correcte: (1pt/question)

1- L'Organisation mondiale du commerce vise à:

- a- Libérer le commerce international (réduction des droits de douane)
- b- Supprimer les obstacles aux échanges commerciaux entre les pays
- c- Suivre les politiques commerciales des Etats membres convenues dans le cadre de l'organisation

2- Parmi les éléments d'intégration économique, on mentionne:

- a- L'expansion des marchés
- b- Le taux élevé de croissance économique
- c- La disponibilité des ressources économiques

3- Parmi les manifestations ou formes d'intégration économique, on mentionne

- a- L'Union européenne
- b- La zone de libre-échange
- c- La fusion de deux ou plusieurs entreprises sans changer de nom

4- Les outils de prix de la politique de protection du commerce extérieur concernent:

- a- Le prix élevé – le bas prix – le prix flexible
- b- Droits de douane – le système de subventions – le système de dumping
- c- Le système des quotas - le système embargo - les accords commerciaux

5- La politique de protection commerciale contribue à atteindre les objectifs suivants:

- a- Ouvrir à la concurrence et contrôler les prix
- b- Utiliser complètement les ressources
- c- Réduire le déficit de la balance des paiements

6- La politique de libre-échange aide à:

- a- Atteindre l'indépendance et l'autosuffisance
- b- Se spécialiser en exportation et en la production des produits
- c- Protéger la mains d'œuvre locaux

7- Parmi les formes d'entrée sur les marchés internationaux, on mentionne:

- a- Les formes commerciales – les formes industrielles – les formes liées aux opportunités
- b- L'exportation – les accords contractuels – l'investissement conjoint – l'investissement direct
- c- La pénétration du marché – la diversification – le développement du marché

8- Parmi les opérations qui enregistrent "un crédit" dans la balance des paiements, on mentionne:

- a- Les capitaux à destination vers l'étranger
- b- Les exportations des produits et les services
- c- L'importation des produits et les services de l'étranger

9- Des informations peuvent être obtenues pour préparer la balance des paiements par:

- a- La Banque centrale et l'administration des douanes
- b- Les services de l'Etat concernés par l'entrée et la sortie des personnes
- c- (a) et (b)

10- Les éléments de la balance des paiements comprennent:

- a- Les investissements à long terme – les prêts – les instruments de crédit exigibles
- b- La balance des opérations commerciales - la balance du capital et les crédits monétaires
- c- Les revenus et les dépenses en devises étrangères – les services bancaires et les bénéfices de prêts

11- Le solde des transactions courantes comprend:

- a- La balance commerciale - la balance des services - la balance des subventions et des aides
- b- La balance des mouvements de capitaux à court terme – La balance des mouvements de capitaux à long terme
- c- (a) et (b)

12- Les systèmes de taux de change comprennent:

- a- Le système de prix élevé – le système de prix flexible –le système de bas prix
- b- Les systèmes de taux de change fixe – Le Taux de change flexible – les systèmes de contrôle des changes
- c- Les systèmes internes – les systèmes externes

13- Les taux de change peuvent directement être contrôlés par:

- a- L'accord des subventions à l'exportation
- b- L'augmentation des taux d'intérêt sur le taux de change étranger
- c- La restriction de change étranger par la banque centrale

14- Les relations monétaires internationales affectent la balance des paiements dans deux directions, à savoir:

- a- L'augmentation du taux de change étranger - la baisse du taux de change
- b- Environnement économique général – assurance d'un volume suffisant de réserves de devises étranger
- c- (a) et (b).

15- Dans le commerce international, il existe deux importants concepts qui affectent largement la manière dont les pays exploitent leurs ressources limitées pour produire un produit particulier:

- a- Taux de change - disponibilité des éléments de production
- b- Avantage absolu - avantage relatif
- c- Mondialisation commerciale - Division du travail

16- Selon la théorie de l'avantage absolu, l'économie a un avantage compétitif dans la production d'une marchandise:

- a- S'il était possible d'en produire plus d'avantage en utilisant moins d'entrants par rapport à d'autres pays
- b- Si le coût d'opportunité de la production d'un produit particulier est inférieur à celui dans d'autres pays
- c- Les deux réponses sont incorrectes

17- Ce qui prend en compte le concept d'avantage absolu, ce sont/c'est:

- a- Les coûts
- b- La productivité
- c- (a) et (b)

18- Le marketing international et le marketing national se rapprochent par:

- a- Les concepts et les principes marketing
- b- Les environnements environnants et leur impact
- c- Les circonstances de concurrence

19- Le marché boursier se compose de deux types:

- a- Le marché primaire - Le marché secondaire
- b- Le marché des obligations - le marché des actions
- c- Le marché boursier ordinaire - le marché boursier privilégié

20- Ce qui caractérise le concept de mondialisation des marchés internationaux, c'est:

- a- La nouvelle division du travail
- b- L'impact du progrès technologique
- c- (a) et (b)

Entourez la réponse correcte : (1 pt / question)

1) Les petites et moyennes entreprises se caractérisent par:

- a - Diminution de son capital et de son chiffre d'affaires.
- b - L'expansion de ses marchés.
- c - Ce sont des projets indépendants et n'interagissent pas avec l'environnement.

2) Les domaines de travail des petites et moyennes entreprises sont:

- a - Les services uniquement.
- b - Le domaine de production uniquement.
- c - répartis dans les différents secteurs économiques.

3) Parmi les avantages des petits projets, on mentionne :

- a - Difficulté de construction et de mise en œuvre
- b - L'incapacité à s'adapter aux changements du marché.
- c - Dépendance sur la demande locale et la création d'un développement équilibré.

4) Les difficultés et problèmes que les petites et moyennes entreprises confrontent:

- a - Problèmes internes et problèmes externes.
- b - Problèmes externes.
- c - Aucun problème en raison de leur petite taille.

5) Leadership administratif désigne l'activité:

- a - exercée par le leader administratif dans le domaine de la prise de décision et de l'émission d'ordres indépendamment de l'atteinte des objectifs de l'établissement.
- b - pratiquée par le chef administratif pour obliger les employés à travailler et exécuter les commandes.
- c - pratiquée par le leader administratif dans le domaine de la prise de décision, de l'émission d'ordres, de la motivation des collaborateurs et les persuader de coopérer pour atteindre les objectifs de l'institution.

6) Par rapport aux types de leadership administratif:

- a - Le leadership administratif est de plusieurs types, et chaque type a ses propres avantages.
- b - Il n'y a qu'un seul type de leadership administratif.
- c - Le leadership administratif n'a que deux types: le leadership autoritaire et le leadership officiel.

7) L'entrepreneur est:

- a - une personne qui gère un projet existant et ne le possède pas.
- b - le propriétaire de la part de vente la plus élevée dans le marché.
- c - une personne doté de sens de l'initiative et de l'aventure, gère son temps et aime son travail.

8) Environnement entrepreneurial est:

- a - Sans concurrence.
- b - Plein de difficultés et d'obstacles.
- c - Stable.

9) Administration scolaire désigne:

- a - La science et l'art de gérer le personnel humain dans le cadre des établissements d'enseignement dont les activités visent à atteindre des objectifs spécifiques.
- b - La méthode de travail et les responsabilités de haut niveau dans le système éducatif, tels que la planification des objectifs, l'établissement des programmes et de l'échelle scolaire, la détermination des dates d'exams, la fourniture d'aide et du personnel aux administrations scolaires.
- c - Le système chargé de la mise en œuvre des politiques éducatives, supervisée par un directeur dont les responsabilités sont centrées sur la guidance de l'équipe scolaire pour assumer son rôle et sa mission envers les enfants tout en mettant en œuvre les listes et les règlements édictés par le Département de l'éducation.

10) Parmi les tâches et les fonctions du directeur de l'école portant sur l'amélioration du programme :

- a - La supervision.
- b - L'administration.
- c - Le Leadership.

11) Parmi les tâches du directeur de l'école concernant la préparation de la rentrée :

- a - L'administration.
- b - La supervision.
- c - Le leadership.

ضع دائرة حول الإجابة الصحيحة: (علامة واحدة لكل سؤال)

١) مصفوفة بوسطن تعتمد على بعدين في تحليل محفظة الاعمال، هما :

- أ- جاذبية السوق، قوة المنتج في الصناعة.
- ب- الحصة السوقية النسبية، الحصة السوقية لمنافس الاقوى .
- ج- علامات الاستفهام، النجوم .

٢) تتكون مصفوفة ADL من :

- أ- ٤ خانات لأنها تعتمد على بعدين
- ب- ٩ خانات
- ج- ٢٠ خانة

٣) تتصف الرقابة الاستراتيجية بالاستمرارية إذ تشمل :

- أ- رقابة قبل التنفيذ، رقابة متزامنة ، رقابة لاحقة .
- ب- رقابة استراتيجية ، رقابة تكتيكية ، رقابة تشغيلية .
- ج- رقابة ذاتية ، رقابة خارجية ، رقابة داخلية .

٤) يصعب الاستفادة من مفهوم دورة حياة المنتج بسبب :

- أ- صعوبة توقيع طول كل مرحلة.
- ب- التأثير المتبادل لكل من الاستراتيجية والمرحلة .
- ج- الإجابتان (أ) و (ب) .

٥) الهدف الأساسي من رسالة المؤسسة هو :

- أ- توضيح اتجاه المؤسسة المستقبلي.
- ب- الدلالة على مجال عمل المؤسسة الحالي (منتجاتها - خدماتها ..) .
- ج- الإجابتان غير صحيحتين.

٦) سياسة المؤسسة هي :

- أ- وسيلة تحقيق أهداف المؤسسة.
- ب- قواعد مرشدة للإدارة عند اتخاذ القرارات .
- ج- قرارات تفصيلية تتعلق بكيفية تنفيذ الاستراتيجية .

٧) تعود أهمية التخطيط الاستراتيجي إلى :

- أ- تقوية قدرة المؤسسة على التنبؤ بأي متغيرات بيئية والتأقلم معها.
- ب- التمكن من ملائمة نقاط القوة مع الفرص المتاحة لاستغلالها الإستغلال الأمثل .
- ج- الإجابتان (أ) و (ب) .

٨) يتعلق تحليل البيئة الداخلية ب :

- أ- الهيكل التنظيمي ، ثقافة المؤسسة ، قدرات المؤسسة المالية والتجارية والبشرية .
- ب- تحليل زبان المؤسسة والمساهمون .
- ج- تحليل البيئة التكنولوجية ، البيئة الاقتصادية ، البيئة الطبيعية.

٩) يتعلق تحليل SWOT ب :

- أ- تحليل العناصر الاستراتيجية و موقف المؤسسة.
- ب- نقاط القوة والضعف ، الفرص والتهديدات .
- ج- الإجابتان (أ) و (ب).

١٠) استراتيجية التنويع واحدة من استراتيجيات النمو، تطبق من خلال :

- أ- إضافة منتجات جديدة ودخول أسواق جديدة.
- ب- تنويع المنتجات في الأسواق الحالية .
- ج- تصدير المنتجات إلى أسواق جديدة .

Circle the correct answer: (1 point / question)

- 1- Mobile Web can be defined as:
 - a- Access to the World Wide Web from terminals such as smartphones and tablets.
 - b- Software to develop apps.
 - c- 4G technology.
 - d- Android Applications.
- 2- W3C checker is a:
 - a- A mobile web validator.
 - b- A programming language.
 - c- A JQUERY theme maker.
 - d- Windows phone.
- 3- A mobile web application can have many versions on many devices at the same time?
 - a- True.
 - b- False.
- 4- To convert an image into a series of characters and include it directly in the HTML file, we use:
 - a- CSS Sprite.
 - b- Images of base 64.
 - c- Resizable image.
 - d- None of the above.
- 5- What is currently the most used operating system for mobile devices?
 - a- IOS.
 - b- Android.
 - c- BlackBerry.
 - d- Windows phone.
- 6- Which one of the following properties is NOT corresponding to a mobile application?
 - a- Using of virtual keyboard.
 - b- Using of finger instead of the mouse.
 - c- Using of high quality images.
 - d- Using of portrait/landscape orientation.
- 7- One of the dedicated professional sites that offers tools to test mobile applications:
 - a- Perfecto Mobile.
 - b- JQuery Mobile.
 - c- Theme Roller
 - d- Google chrome inspector.
- 8- Concerning native vs. mobile web applications, select the correct sentence:
 - a- Native applications are typically performing faster than mobile web apps.
 - b- Native applications are typically performing slower than mobile web apps.
 - c- Mobile web apps are installed from apple store.
 - d- Mobile web apps are installed from play store.
- 9- Which one of the following statements is used to transform the back color of the web page into red color when the device width is greater than 600 pixels?
 - a- @media screen and (min-width: 600px) { body {background: rgb(255,0,0)} }
 - b- @media print and (min-width: 600px) { body {background: rgb(255,0,0)} }
 - c- @media screen and (min-width: 600px) { body {background: rgb(0,255,0)} }
 - d- @media screen and (max-width: 600px) { body {background: rgb(0,255,0)} }
- 10- The operating system of Apple devices is:
 - a- Android
 - b- Windows
 - c- IOS
 - d- FaceBook

11- What is the used CSS sprite property to get a selected part of an image according to specific coordinates?

- a- Background-position
- b- CSS-Sprite
- c- Sprite-Position
- d- Image-position

12- What is the process of knowing the coordinates of a person and possibly see them on a map?

- a- Local Storage
- b- Mapping
- c- Geolocation
- d- Manifest

13- What is the command used to permit the user to zoom in or out and changing the scaling of the viewed page?

- a- <meta name="viewport" content="user-scalable=no">
- b- <meta name="viewport" content="user-scalable=yes">
- c- <meta name="viewport" content="initial-scale=no">
- d- <meta name="Scale" content="user-Zoom=1">

14- What is the JavaScript method used for the implementation of Geolocation?

- a- *getCurrentPosition* (depending on success , depending on error (optional) , options) ;
- b- *getLocation* (depending on success , depending on error (optional) , options) ;
- c- *getCurrentPosition* (x,y,z,t) ;
- d- *getMyLocation*(Location) ;

15- What is the command used to add a new local data storage value?

- a- localStorage.getItem(Key)
- b- localStorage.setItem(Key)
- c- localStorage.getItem(Key, Value)
- d- localStorage.setItem(Key, Value)

16- What is the command used to delete all stored values in local data storage?

- a- localStorage.delete()
- b- localStorage.delete(all)
- c- localStorage.clear()
- d- localStorage.clearAllItems()

17- The management of cached files is supported by a manifest file. What are the sections of the manifest file?

- a- CACHE, NETWORK, SYSTEM
- b- CACHE, NETWORK, Fallback
- c- CACHE, OFFLINE, NETWORK
- d- OFFLINE, NETWORK, SYSTEM

18- What is the result of the following script:

```
var db = window.openDatabase("clients", "1.0", "Description", 1024);
```

- a- Create a new database "clients" if not exist.
- b- Open an existing database "clients" if already created.
- c- Assign the created/opened database to the variable db.
- d- All the above.

19- What is the SQLite command used to remove all the records from a table employees?

- a- db.transaction(function(tx) { tx.executeSql("drop table employees",[], null, err);
- b- db.transaction(function(tx) { tx.executeSql("drop table db",[], null, err);
- c- db.transaction(function(tx) {tx.executeSql("delete * from table employees",[], null, err);
- d- db.transaction(function(tx) { tx.executeSql("delete all from employees",[], null, err);

20- What is the main function of the following style?

```
<style type="text/css">
  .test { max-width: 100%;
    height: auto;}
</style>
</head>
<body>
  
```

- a- Transform the image zodiac.jpg to a resizable image.
- b- Transform the image test.jpg to a resizable image.
- c- Transform the image zodiac.jpg to a css sprite image.
- d- Transform the image zodiac.jpg to a base 64 image.

المعدل : (٨)
المدة : ٤٥ دقيقة

الاختصاص والرمز : إدارة وتسويق (١٣٠٢)
المادة : إدارة الإتصال الجماعي والإتصال التنظيمي
المستندات المسموح بها : لا شيء

Entourez la réponse correcte: (1pt/question)

1) La communication est l'échange d'informations, d'idées et d'opinions entre:

- a- Uniquement deux parties
- b- Deux ou plusieurs parties
- c- Deux personnes

2) La précision, la fiabilité et le flux sont les qualités:

- a- Du contact
- b- Des relations publiques
- c- Des informations

3) Le sponsor est l'un des composants de:

- a- La publicité
- b- La communication commerciale de masse
- c- La propagande

4) C'est une activité impersonnelle qui sert d'incitation directe pour renforcer la vente à court terme:

- a- La promotion des ventes
- b- L'annonce
- c- Le marketing direct

5) L'un de ses avantages est le faible coût du message publicitaire et sa diffusion à un large public au bon moment

- a- La télévision
- b- L'internet
- c- Le magazine

6) Parmi les caractéristiques et les particularités qui font connaître l'entreprise en les mentionnant:

- a- L'image de l'entreprise
- b- L'importance de l'entreprise
- c- L'histoire de l'entreprise

7) Accorder à l'autre le droit d'agir et de prendre des décisions dans certaines limites signifie:

- a- Le soutien de l'autorité
- b- Le pouvoir de l'autorité
- c- La délégation de pouvoir

8) L'activité qui cherche à obtenir une réponse immédiate du client par un contact direct avec lui, c'est:

- a- Le marketing relationnel
- b- Le marketing direct
- c- Le marketing indirect

9) La transmission d'un grand nombre de messages impersonnels à plusieurs destinataires recevant le même contenu du message signifie:

- a- Communication internationale
- b- Communication organisationnelle
- c- Communication de masse

10) L'activité qui s'adapte à la sensibilité du consommateur au prix, c'est:

- a- La publicité
- b- Le promotion des ventes
- c- La propagande

11) C'est l'activité qui vise à consolider et à améliorer la relation et à renforcer la compréhension entre l'organisation et son public interne et externe:

- a- Les relations publiques
- b- La vente personnelle
- c- La promotion des ventes

12) Le processus de transfert d'informations et d'idées à tous les niveaux organisationnels signifie:

- a- La communication de masse
- b- La communication organisationnelle
- c- La communication institutionnelle

13) L'acquisition de la connaissance vise à développer les capacités dissimulées à travers:

- a- L'entraînement
- b- L'éducation
- c- Le renforcement

14) Ce qui compte sur la restriction des noms et des adresses des clients du marché cible, c'est:

- a- Le marketing orienté
- b- Le marketing non orienté
- c- La communication de masse

15) La communication vise à maintenir la fidélité des consommateurs au produit et à en développer de nouvelles utilisations dans la phase de:

- a- La présentation
- b- La croissance
- c- La maturité

16) C'est l'un des éléments du mix promotionnel qui repose sur un contact direct entre le vendeur et l'acheteur:

- a- La vente personnelle
- b- Le marketing direct
- c- La communication événementielle (sponsorship)

17) La publicité qui vise à informer le consommateur final ou l'acheteur industriel des lieux de vente de la marchandise est:

- a. La publicité éducationnelle
- b. La publicité concurrentielle
- c. La publicité guidée

18) Le soutien financier pour un événement, une activité ou une organisation est:

- a- La publicité
- b- La propagande
- c- Le sponsor

19) L'évaluation de l'opportunité publicitaire se déroule:::

- a- Avant la planification de la campagne publicitaire
- b- Lors de la préparation de la campagne publicitaire
- c- Après la mise en œuvre de la campagne publicitaire

20) Business to Business communication (B to B) est:

- a- Un ensemble de technologies permettant aux entreprises de communiquer avec les clients
- b- Un ensemble de technologies permettant aux entreprises de communiquer entre elles
- c- (a) et (b)

ضع دائرة حول الإجابة الصحيحة: علامة لكل سؤال

١- يمكن تصنيف السلع الاستهلاكية بحسب سلوك المستهلك إلى :

- أ- سلع ملموسة - خدمات
- ب- سلع معمرة - سلع غير معمرة - خدمات
- ج- سلع ميسرة - سلع انتقائية - سلع خاصة

٢- داخل مزيج المنتجات يوجد الانواع التالية من السلع التي يختلف دورها بالنسبة لمبيعات الشركة وأرباحها

- أ- الإتساع - العمق - الترابط
- ب- المنتج الأساسي- المنتج الحقيقي - المنتج المتكمي
- ج- منتجات الأساس - منتجات مرشدة - منتجات متخصصة - منتجات هامشية

٣- يجب على مدير التشكيلة أن يتقن مهمتين أساسيتين في إدارة تشكيلته وهما :

- أ- التمدid لأعلى - التمدid لأسفل
- ب- تحليل المبيعات والأرباح لمختلف الأصناف - تحليل المنتجات مقارنة بالمنافسين
- ج- تنوع التشكيلة - تبسيط التشكيلة

٤- خط المنتجات هو :

- أ- جميع المنتجات التي تنتجها وتسوقها الشركة
- ب- مجموعة من المنتجات ضمن مزيج المنتجات يوجد بينها علاقة إنتاجية أو تسويقية وتشبع نفس الحاجة
- ج- المنتجات التي تلبي حاجة غير مشبعة لقطاع سوقي معين مستهدف

٥- دورة ديمنخ "Deming" :

- أ- هي دورة لتحسين الجودة
- ب- تبدأ بالخطيط وتنتهي بالتحسين
- ج- الإجابتان أوب

٦- يعود قرار شركة مرسيدس بإضافة سيارات أصغر في الحجم وأقل في السعر لتشكيلتها إلى :

- أ- تجنب الإنهاك الإرادي (cannibalization) لمنتجاتها الحالية
- ب- الخوف من هجوم مضاد للمنافسين الذين يخدمون قطاع السوق الأدنى
- ج- النمو السريع في قطاعات السوق الأدنى

٧- تعود أهمية الماركة بالفائدة ل:

- أ- المنتج
- ب- المشتري
- ج- الإجابتان أوب

٨- العلامة المشتركة (Co-branding) هي :

- أ- العلامة الخاصة بجميع المنتجات المصنفة ضمن فئة معينة
- ب- علامة للسلعة الأصلية والسلعة المكملة
- ج- تحالف لعامتين على منتج مشترك

٩- تختلف تقنية كايزن "kaizen" عن دورة ديمنخ "Deming" من حيث :

- أ- يستغلي فريق كايزن عن أداء وظيفة التخطيط ويركز على إيجاد آلية عمل جديدة
- ب- يتم مقارنة أداء المنظمة الفعلية مع متطلبات الزبائن
- ج- الإجابتان أوب

١٠- تؤدي إستراتيجية المنتج الناجحة إلى :

- أ- أفضل طريقة لتخفيض الموارد المتاحة
- ب- التجزئة الجيدة للسوق
- ج- نجاح إستراتيجية الترويج

١١- من مخاطر إستراتيجية غير السعرية لتموضع المنتج :

- أ- الإنتاج الكبير وتغير أنواع المستهلكين
- ب- تقادم المنتج بسبب التغير التكنولوجي
- ج- عدم رضى الزبائن الحساسين للسعر

- ١٢ - أطلق "Gap" ماركة جديدة وهي "Old Navy" تستهدف السوق الأدنى بملابس أقل في الجودة والسعر و قد لاقت نجاحاً كبيراً دون أن تؤثر سلباً على الماركة الفاخرة . ومع ذلك هناك مخاطر لهذا القرار مثل :
- أ- خطر الإلتهام الإرادي (cannibalization)
 - ب- إرتفاع التكاليف
 - ج- إنخفاض الأرباح والوقوع بحرب أسعار
- ١٣ - عند إستهداف السوق الأدنى من خلال علامة فرعية ، يمكن أن يكون هناك ثلاثة أنواع من العلاقات بين العلامة الأم والعلامة الفرعية وهي :
- أ- المجير endorser - الإشتراك في القيادة والتاثير co-driver - القائد والوصيف Driver &descriptor
 - ب- القائد - المتحدي - التابع - المتخصص
 - ج- الإجابتين (أ) و (ب) غير صحيحتين
- ٤ - إن تطبيق نظام ISO 9000 لا يعد تطبيقاً لمباديء إدارة الجودة الشاملة لأن :
- أ- يمكن تطبيق نظام الأيزو على جزء من المؤسسة بينما إدارة الجودة الشاملة تطال كل المؤسسة
 - ب- لا يهتم نظام الأيزو بالتحسين المستمر بعكس إدارة الجودة الشاملة
 - ج- الإجابتان أ وب
- ٥ - من أدوار الإبتكار في المؤسسة :
- أ- إنجاح العصف الذهني
 - ب- كسب ميزة تنافسية
 - ج- تحسين إستراتيجية الاتصال
- ٦ - إزدهار العلامة التجارية الخاصة لا يعني فناء العلامة التجارية الأصلية لعدة أسباب من بينها :
- أ- المنتج الذي يحمل العلامة الخاصة غير مكلف وبسيط
 - ب- الفجوة السعرية عالية بين أسعار العلامتين
 - ج- لا يتوفّر الوقت للمقارنة لعدد كبير من الزبائن ، والزبائن المفقودين يمكن استرجاعهم عند تحسن الوضع الاقتصادي
- ٧ - نجحت إدارة " BODY SHOP " في :
- أ- خلق هوية واضحة للماركة
 - ب- بناء الماركة بدون الإعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية
 - ج- الإجابتان أ وب
- ٨ - ماهي الإستراتيجية الأفضل لربحية الماركة عندما تسيطر العلامات الفاخرة على السوق بينما الحصة السوقية النسبية منخفضة ؟
- أ- تخفيض السعر لزيادة الحصة السوقية
 - ب- عدم التمسك بالماركة لفترة طويلة
 - ج- الإبتكار وتسييق القطاعات السوقية الفرعية
- ٩ - تهدف إستراتيجية السعر القاشط (skimming price) إلى :
- أ- الحصول على أكبر حصة سوقية
 - ب- إخراق السوق
 - ج- تعظيم الأرباح
- ٢٠ - يمكن التفرقة بين السلع الإستهلاكية والسلع الصناعية بحسب :
- أ- سعر السلعة
 - ب- الهدف من شرائها
 - ج- معدل تكرار شرائها