

الواجب الأول،،

التسويق - طالبات	
3	درجة الواجب الحاصل عليها:
	من خطوات التسعير تحديد الأهداف <input type="radio"/> تقدير الطلب <input type="radio"/> تقدير التكلفة <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> جميع ما ذكر أعلاه
	من أهداف الرقابة صحيحاً <input checked="" type="radio"/> الرقابة الزمنية : التأكد من تحقيق النتائج المستهدفة في الوقت المناسب <input type="radio"/> رقابة الربحية : تقدير مدى استغلال الشركة لأفضل الفرص المتاحة في الأسواق والمنتجات والقتوات <input checked="" type="radio"/> الرقابة على الكفاءة : تحديد ما إذا كانت الشركة تنمي إمكاناتها المالية أو تخسرها <input type="radio"/> الرقابة الإستراتيجية : تقييم كفاءة الإنفاق وتأثيره على النفقات التسويقية
	من أهداف التسعير الرئيسية التخلص من المخزون <input type="radio"/> التميز والجودة <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> (أ ، ب) السيطرة على السوق بالكامل <input type="radio"/>
	dr jekyll بوسى كات ..

الواجب الثاني،،

طالبات	
3	درجة المحاولة : 1
3	درجة الواجب الحاصل عليها:
	1- من أهم عناصر اختيار وسيلة النقل المناسبة : <input type="radio"/> - التكلفة والسلامة والاعتمادية فقط . <input type="radio"/> - التكلفة والسلامة والسرعة فقط . <input checked="" type="radio"/> - التكلفة والسلامة والسرعة والوثوقية . <input type="radio"/> - السعر .
	2- من عيوب التقسيم السوقي التالي عدا : <input type="radio"/> - ارتفاع التكلفة لان التقسيم يعني أكثر من مزيج تسويقي . <input type="radio"/> - كثرة مجهادات رجال البيع . <input type="radio"/> - صفر حجم لسوق . <input checked="" type="radio"/> - عدم إشباع حاجات العملاء .
	3- أي من التالي يعتبر من أهداف الإعلان : <input type="radio"/> - زيادة معدل استخدام السلعة . <input type="radio"/> - تأكيد وتكبير بالجودة والتميز . <input checked="" type="radio"/> - (أ ، ب) . <input type="radio"/> - ليس مما ذكر أعلاه .
	بوسى كات ..

الواجب الثالث..

إدارة التسويق - طلبات

إدارة التسويق - طلبات

معلومات استاذ المقرر

وصف المقرر

المحاضرات المسجلة والمحتوى

المحاضرات المباشرة

الواجبات

الإطلاع على الواجبات

منتديات الحوار

الخدمات الطلابية

الخدمات الطلابية

1- يعتبر اختيار الموقع/المكان من عناصر :

- المزيج الترويجي .

- المزيج السلمي/المادي .

- المزيج المكاني/التوزيعي .

- المزيج السعري .

2- من خطوات عملية التجزئة السوقية :

- التدقيق في الخلافات التي يمكن أن تتواجد داخل هذه القطاعات .

- التنبؤ بالسوق الكامن (وهنا يمكن أن يتخذ قرار الانسحاب إذا كان لا يتناسب مع تطلعات الشركة).

- التنبؤ بالحصة السوقية (وهو أمر تحدده دراسة المنافسين) .

- جميع ما ذكر أعلاه .

3- من مكونات البيئة الخارجية غير المباشرة للأعمال :

- الأنظمة والضرائب .

- العوامل الاقتصادية .

- المنافسة وحركة المستهلك .

- جميع ما ذكر أعلاه .

1- عناصر المزيج التسويقي هي العناصر الأربعة المعروفة التي بها سيتم بلوغ الأسواق المستهدفة ، وتمثل في استراتيجيات

البضاعة

التسعير

التوزيع

جميع ما ذكر أعلاه

مات الطلابية

الخدمات الطلابية

بالتوفيق : جنون الحياه،، 😊