


Mansoura University		MTE Program Level: 300	Faculty of Engineering
Course Title: Marketing	Course Code: UNR 331	Total Marks: 50 Marks	Allowed Time: 2 hours

**Final-Term Exam Summer Course August 2019**

**السؤال الأول (15 درجة)**

أجب باختصار على خمسة أسئلة فقط من الأسئلة التالية ولن ينظر إلى أي إجابات زائدة:  
اكتب رقم السؤال الذي تختار الإجابة عليه كما هو موجود في ورقة الأسئلة

1. اذكر مراحل تطور مفهوم التسويق مع تعريف مختصر لكل مرحلة
2. اذكر تعريفا مختصرا لكل من: التسويق - المزيج التسويقي - التوزيع
3. اذكر العوامل المؤثرة على العرض (محددات العرض)
4. اكتب تعريفا لكل من العرض والطلب، ثم اذكر قانون الطلب
5. اذكر الخصائص المميزة للتسويق الالكتروني؟ مع توضيح أيها تعتبر مميزات وأيها تعتبر عيوب؟
6. اذكر العناصر المتضمنة في عملية التسويق الالكتروني مع شرح مختصر لكل عنصر
7. اشرح مستخدماً الأشكال البيانية الفرق بين تغير الكمية المطلوبة وتغير الطلب.

**السؤال الثاني (10 درجات)**

1-2 فيما يلي دوال الطلب والعرض للسلعة X

$$Q = 50 - 4P \quad (1)$$

$$Q = -20 + 3P \quad (2)$$

والمطلوب:

- أ. حدد أيهما دالة الطلب وأيها دالة العرض ولماذا؟
  - ب. احسب السعر التوازني والكمية التوازنية للسلعة X
  - ج. حقق اجابتك بيانيا برسم كل من منحنى الطلب ومنحنى العرض وتحديد سعر التوازن وكمية التوازن على الرسم.
- (4 درجات)

2-2 بافتراض ارتفاع سعر الدجاج ماذا يحصل للطلب على اللحوم؟ اشرح ما يحدث ثم وضحه بيانيا (3 درجات)

3-2 إذا انخفضت تكاليف إنتاج الغسالات الاتوماتيكية بمقدار أكبر من زيادة الدخل في المجتمع، ما تأثير ذلك على توازن سوق الغسالات الاتوماتيكية. (3 درجات)

## السؤال الثالث (25 درجة)

اختر الإجابة الصحيحة للأسئلة التالية:

انقل رقم السؤال ورقم اجابته الصحيحة فقط في كراسة الإجابة ولن يلتفت إلى أي إجابة بطريقة أخرى

1- من عيوب التسويق الإلكتروني:			
أ. عالمية التسويق الإلكتروني	ب. تضيق المسافة بين الشركات	ج. غياب المستندات الورقية	د. كل ما سبق صح
2- التجارة الإلكترونية:			
أ. هي جزء من التجارة عبر الإنترنت	ب. هي بيع وشراء الأجهزة الإلكترونية	ج. لا يوجد فارق بينها وبين التجارة عبر الإنترنت	د. تشمل على التجارة عبر الإنترنت
3- هم مجموعة تمتلك اهتماماً فعلياً أو محتملاً في نجاح المؤسسة، أو تم ذلك تأثيراً على قدرتها في تحقيق أهدافها كجماعات الضغط			
أ. الزبائن	ب. الجمهور	ج. الموردون	د. الوسطاء
4- النشاط الذي يتضمن التواصل مع العملاء وتعريف المستهلك بالمنتج			
أ. الانتاج	ب. الترويج	ج. التسعير	د. لا شيء مما سبق
5- ..... هي حالة من الشعور بالحرم عند الفرد والتي في حالة عدم تشبعها تثير الضيق وعدم الراحة			
أ. الحاجة	ب. الرغبة	ج. الطلب	د. التسوق
6- التحرك على نفس منحنى الطلب يعني:			
أ. إن الكمية المطلوبة من السلعة وثمرتها مرتبطان طردياً	ب. إن الطلب على السلعة قد تغير	ج. إن الدخل أو الذوق أو أثمان السلع البديلة أو المكملة قد تغير	د. إن الكمية المطلوبة من السلعة وثمرتها مرتبطان عكسياً
7- إذا انتقل منحنى الطلب على السلعة (ب) إلى اليمين بسبب انخفاض ثمن السلعة (أ) فإن ذلك يدل على أن:			
أ. السلعتان بديلان	ب. السلعة (أ) سلعة عادية، والسلعة (ب) سلعة رديئة	ج. السلعتان مكملتان	د. السلعة (ب) سلعة عادية، والسلعة (أ) سلعة رديئة
8- يتحقق توازن العرض والطلب إذا:			
أ. تساوى الثمن مع الكمية.	ب. وجد عجز ولم يوجد فائض	ج. كل من أ & ب	د. لا شيء مما سبق
9- العوامل المؤثرة في الطلب على سلعة ما لا تتضمن:			
أ. ثمن السلعة.	ب. دخل المستهلك	ج. ذوق المستهلك	د. كميات السلع البديلة والمكملة
10- إذا انخفض ثمن السلعة (س) فإن منحنى الطلب على السلعة البديلة (ص) سوف			
أ. يظل ثابتاً	ب. ينتقل إلى اليسار.	ج. ينتقل إلى اليمين.	د. يتحرك بزاوية قدرها ٩٠°
11- عند تمثيلنا لمنحنى أو جدول الطلب فإننا:			
أ. نفترض ثبات أذواق المستهلكين ودخولهم وأثمان السلع الأخرى	ب. نهمل تماماً أذواق المستهلكين ودخولهم وأثمان السلع الأخرى	ج. نفترض أن الأذواق والدخول وأثمان السلع الأخرى تتغير بنفس نسبة تغير الثمن	د. لا شيء مما سبق
12- انتقال منحنى الطلب على أجهزة التلفزيون إلى اليسار يعني:			
أ. زيادة كمية الأجهزة المطلوبة حتى إذا لم يتغير الثمن.	ب. انخفاض كمية الأجهزة المطلوبة نتيجة لانخفاض الثمن	ج. انخفاض كمية الأجهزة المطلوبة حتى إذا لم يتغير الثمن	د. زيادة كمية الأجهزة المطلوبة نتيجة لانخفاض الثمن
13- أي نقطة على منحنى الطلب توضح:			
أ. عدداً يمثل ثمن السلعة	ب. النسبة بين الكمية والثمن	ج. عدداً يمثل الكمية المطلوبة	د. الكمية المطلوبة من السلعة عند سعر معين



14- أي من العوامل لا يؤدي إلى انتقال منحنى الطلب على السلعة إلى اليمين:			
أ. انخفاض في ثمن السلعة	ب. ذوق المستهلك وإقباله على السلعة	ج. زيادة دخل المستهلك.	د. انخفاض في ثمن سعر
15- أي من الأسباب التالية لا تؤدي إلى انتقال منحنى العرض إلى اليمين:			
أ. زيادة ثمن السلعة	ب. تقدم تكنولوجيا تصنيع السلعة	ج. انخفاض أثمان مكونات الإنتاج	د. لا شيء مما سبق
16- تقاطع منحنيين الطلب والعرض عند نقطة ما يمثل:			
أ. كمية التوازن.	ب. الثمن التوازني للسلعة.	ج. نقطة عدم وجود فائض أو عجز.	د. كل ما سبق
17- عند أي ثمن أقل من سعر التوازن تكون:			
أ. الكمية المعروضة أكبر من الكمية المطلوبة	ب. الكمية المعروضة أقل من الكمية المطلوبة	ج. لا يمكن تحديد العلاقة بين الكمية المعروضة والمطلوبة	د. لا شيء مما سبق
18- إذا أدى إعصار إلى إتلاف نصف محصول البن لهذا العام في البرازيل (أكبر مصدر للبن في العالم) ، نتوقع:			
أ. ازدياد الطلب على الشاي	ب. انخفاض سعر البن	ج. ازدياد الطلب على البن	د. زيادة عرض البن
فيما يلي دوال الطلب والعرض للسلعة س أجب على الأسئلة من 19 إلى 20 بناء عليها			
$Q = 50 - 4P$ (1)		$Q = -20 + 3P$ (2)	
19- الدالة رقم (1) هي:			
أ. دالة الطلب.	ب. دالة العرض	ج. يمكن أن تكون دالة العرض أو دالة الطلب	د. لا يمكن تحديد ذلك
20- السعر التوازني يساوي:			
أ. 5	ب. 20	ج. 10	د. 2
21- تأثير الدعم للمنتجين على منحنى العرض يتمثل في:			
أ. يبقى المنحنى ثابتاً	ب. ينتقل منحنى العرض إلى اليمين	ج. ينتقل منحنى العرض إلى اليسار	د. يحدث انتقال من نقطة إلى نقطة على نفس المنحنى
22- إذا كان أحد الطلاب يستهلك (6 سندويشات) أسبوعياً عندما كان مصروفه (70 جنيه أسبوعياً) وعندما زاد مصروفه إلى (80 جنيه أسبوعياً) أصبح يستهلك (4 سندويشات) ماهو نوع هذه السلعة:			
أ. سلعة كمالية	ب. سلعة عادية	ج. سلعة رديئة	د. سلعة أساسية
23- من وجهة نظر العرض والطلب فإن السلعة الرديئة هي:			
أ. أي سلعة يعتقد المستهلك أن جودتها منخفضة	ب. السلعة التي يقل الطلب عليها كلما ارتفع سعرها	ج. السلعة التي يزيد الطلب عليها عند انخفاض دخل المستهلك.	د. كل ما سبق صحيح
24- الطلب على سلعة ما هو الرغبة في الحصول عليها مدعوماً بـ			
أ. الرغبة في الاحتفاظ بالسلعة لأطول فترة ممكنة	ب. الرغبة في شراءها بأقل ثمن ممكن.	ج. القدرة على تحقيق أكبر فائدة ممكنة منها	د. القدرة على دفع ثمنها
25- الفرق بين الطلب والكمية المطلوبة يكمن في الفرق بين انتقال المنحنى كله أو الانتقال على نفس المنحنى:			
أ. عبارة صحيحة.		ب. عبارة خاطئة.	

أ.د. مجدى السعداوى