جامعة حماة – كلية الاقتصاد – التعليم المفتوح – برنامج التسويق والتجارة الالكترونية

نتائج امتحان مادة تخطيط وتطوير المنتج – الفصل الأول – السنة الثالثة – للعام الدراسي ٢٠٢٠ – ٢٠٢١

ر جامعي	الاسم الثلاثي	العلامة	ر جامعي	الاسم الثلاثي	العلامة	ر جامعي	الاسم الثلاثي	العلامة
٨٣٧	محمد خالد البكري غنامه	غائب	٢٢٩	رشا عبد الرحمن طالب أغا	غائب	١٣٦٢	أحمد سامر الحلبيه	٥١
٢٨٦	محمد صلاح أديب الطماس	غائب	١٣٩٠	رشا دياب الفيل	غائب	١١٥٦	أحمد علي نجم السيد	٤
٤٥٩	محمد عبدالمجيد دبساوي	٣١	١٣٤٩	رشا مناح الضحاك	٧٠	١٤٢٦	أغيد علي كحيل	غائب
٦٧٤	محمد جمعة عمر تفتنازي	٥٤	١١٢٨	رغده طاهر الصديق	٢٣	٩٣٦	آلاء عبد المسعف صطوف النجار	٢٦
٦٩٦	محمد زهير عبد الكريم خاني	٣٧	٥٥٣	روناهي عبد الباقي برو	٣٤	٣٥٠	آلاء مصطفى عروب	غائب
١١٧٦	محمد سعيد فايز كعيد	٣٨	١٣١١	ريم موفق قاسم	٣٤	١٥١٩	آلاء حيدر السمان	٢٧
١٧٠٦	محمد سليمان خطيب	غائب	٤٤٣	زهير نزار سليمان	٢١	١٥٣٦	أمل عبدو كفا	٣١
٩٩٦	محمد فراس وليد غلاييني	٢٥	٧٤٥	زينب محمد سامر الروادي	٣١	١٣٦١	أيمن يحيى نداف	٣٥
١٠٣٠	محمد معمر معجون الخضر	٥٠	٩٦٣	زينب محمود الخاني	٦٧	١١٦١	ابراهيم غسان ملحم	٦٨
١٠٣٣	محمد نور يحيى الاطرش	٣٨	١٤٤٣	سامر عبد المعين العلي	٧٦	٩٠٨	احمد حسن شقيع	٣٦
٤٢٠	محمود حسين مشعل	٣٧	١٢٥١	سهر فؤاد خرسه	٣٧	٥٨٠	احمد عمار سالم	٣٩
١٥٤٣	محمود هادي مصطفى المطر	٥٩	١٦٠٠	صبا فراس غالي	٣٠	١٠٤٨	احمد يوسف الأحمد	٢٣
٩٤	مخلصة محمد وائل العلواني	٣٦	١٣٥٦	صباح محمد كتيل	٩٥	١٤٨٠	احمد غزوان اسعد البكري	١٩
١٤٢٨	مروه بشار جليدان	٢٢	١٥٨٧	صفا محمد كاظم الصرمة	٦٦	٦٢٦	اسامة مرهف الصيادي	٢٧
٢١٨	ملهم احمد شعبان قرمه	٩	٧١٩	طارق زياد عرعور	١٧	١٣٠٧	افراح طاهر الشعار	غائب
١٤١٠	مي ابراهيم نوفل	٤٣	٨٨٥	عبد الرحمن محمد زقزوق	٣٥	٧٩٧	انعام كرم الشيخ سعيد	٣٥
٥٣٣	ميرزا احمد مظلوم ودعه	٣٤	٤٣٥	عبد الكافي طلال كسرى	٣٨	١٤٩٨	ايمان يوسف شنو	٥١
١٥٩٢	ميساء عمر ابو احمد	٥٠	١١٩٤	عبد الهادي احمد رفيق الامير	٢٧	١٣٨١	باسل بشار الحلبيه	٢٤
٥٦١	نادرة عبد الرحيم المصري	٢٩	١٣٧٢	عروبه سليمان موسى	٥١	٩٣٣	بتول محمود الفاخوري	١٤
١٣٩٢	نادين رائد السيوفي	٣٣	٩٨٠	علا شمس الدين رزوق	٦٦	٤٤٩	بتول مخلص العبدالله	٢٩
١٣٨٩	نبال علي الحرك	٧١	٨٣٨	علا طلال الأصفر	٣١	١٥٥٠	بدور حسان الحسون	٢٨
٧٩٩	نذير مخلص عبدون	غائب	١٢٥٢	علاء حيان كريجها	٣٢	٥	براءة محمد جمال الأسطة	٣٥
١١٥٨	نسرين اسعد رزوق	٦١	١٦١٢	عهد محمد النفوس	٥٥	٧٣٥	بشار مخلص العيد	غائب
١٢٠٠	نعمت حسن راغب طه	٥٤	٧٢١	غاليه محمد شريف الصمصام	٣٣	٤٤٦	بكر حسن البشير	٣٤
١١٠١	نغم رفعت الضحيك	١٥	٨٩٣	فاتن بسام عبد الكريم	٥٠	١٣٧٠	بيان محمد الحاج محمد	٧٩
٤٣٨	نور خلدون سقا	٣٦	١٢٠	فاطمة حسن سبسبي	٢٦	٨٧١	ثرى حسن عطفه	٢٣
١٤٩٣	نور الهدى جمال رمضان	٥٠	١١٦٤	فاطمه عدنان الحسن	٥٤	٢٤	حسان أيمن المحمد	١٣
٩٦٨	هبه محمد نور عنجاري	٥٠	١٤٠٤	فايز طلال النجيم	٥٠	١٦١٥	حسين احمد الاحمد	٣٧
١٤٨٤	هناء خالد عبد الغني	٢٦	١٤٠٢	فتون نادر غازي	٥٤	٩٧٣	حنين خالد الجمال	٥١
٥١٨	هند عمار حمصية	٣٤	٨٦٨	قمر عبد الحفيظ الصمودي	٥٠	١٤٠٩	ختام مخلص الجابي	٥٦
١١٦٥	هند محمد بسام قطمه	٥٠	١٦١٤	قمر زهير الحجار	٩٨	١٣٩٣	خليل ابراهيم الظريف	١٨
٨٩٦	هيفاء اشرف سفاف	٣٦	١٣٢٢	قمر طلال سفر	غائب	٧١	خيرية عبد السلام النعيم	٢١
٩٠٩	وائل عبد الله محمد	٢٩	٨٥١	كرم ماجد جولاق	٣١	١٣٥٢	دعاء سعيد غزال	٥٥
١٣٨٧	وردة نوري حنا	٥٠	١٢٨٨	لينا عزام الشحنه	٣٩	١٤٢٥	ديانا محمد النفوس	٥١
			١٠٢	محمد حسان القوجة	١٩	١٢٧١	رباح عمر زيدان	٦١

٢٣/٠٣/٢٠٢١

Scanned by CamScanner

سلم تصحيح أسئلة تخطيط وتطوير المنتج - السنة الثالثة

الفصل الأول للعام ٢٠٢٠ - ٢٠٢١ - التعليم المفتوح

- التسويق والتجارة الإلكترونية كلية الاقتصاد جامعة حماه

السؤال الأول: ٥٠ درجات للسؤال

أ: أجب بصح أو خطأ مع التعليل وذلك للتمييز بين الإجابة الصحيحة من الخاطئة (٥ درجات)

١- يعتبر السعر العامل الحاسم في شراء المعدات الرأسمالية (٥ درجات)

الجواب: خطأ

لأن المشتري يهتم بالأداء والصيانة والخدمة بدرجة أكبر من السعر

٢- إن تحديد الحصة التسويقية للمنتج في السوق تعتبر من الخطط التسويقية قصيرة الأجل لمهام مدير المنتج ٥ درجات

خطأ: لأنها تعتبر من الخطط التسويقية طويلة الأجل بينما الخطط قصيرة الأجل تكون سنوية وأكثر تفصيلاً وتحديداً

٣- تحتل سياسة التركيز على ترويج المبيعات أهمية خاصة في مرحلة التقديم إلى السوق ٥ درجات

الجواب صح: من أجل إقناع المستهلك بتجربة السلعة واستعمالها فالمؤسسة تخطط في هذه المرحلة لحملة ترويجية مكثفة

٤- عندما تتجه المبيعات إلى الانخفاض والأرباح إلى التناقص من سلعة ما في مرحلة الانحدار فإنه يتوجب على إدارة المشروع سحب السلعة من تشكيلة المنتجات (٥ درجات) أو إدخال سلعة أخرى

اتخاذ القرار يجب أن يكون مبنياً على تأثير السلعة على مبيعات السلعة يجب أن

خطأ: لأنه قد يكون هنالك تأثير لإدارة قرار حذف السلعة بالرغم من تناقصها واتخاذ الإدارة تحقيق أرباح مرتفعة من المبيعات بسبب تخفيض الجهود الترويجية والتركيز على فئة المبتكرين في استمالة (٥ درجات)

٥- يجب التركيز على الجهود الترويجية على استمال المنتج الجديد بمجرد طرحه

خطأ: لأن المبتكرين يميلون إلى استعمال المنتجات الجديدة بصرف النظر عن الجهود الترويجية لها. سرعان ما تطرحها في السوق

٦- يعتمد الأفراد على المصادر غير الشخصية في تبني واستعمال المنتجات الجديدة في مرحلة التقديم (٥ درجات)

خطأ: لأن الأفراد في مرحلة التقديم يميلون إلى البحث عن مصادر شخصية للحصول على معلومات أكثر دقة وتفصيلاً. أما المصادر غير الشخصية فتتم في المراحل الأولى لتبني المنتجات الجديدة

٤/١

ثانياً اجب عن الأسئلة التالية (١٤ درجة لكل سؤال) ١٤×٥=٧٠د

١- اشرح السلع الميسرة باعتبارها أحد أنواع السلع الاستهلاكية

الجواب

هي السلع التي يشتريها المستهلك عادة بأقل قدر ممكن من الجهد ودون مقارنة ٥ درجات

مثل الخبز - الحليب - السكر - الزبدة ...

عادة تباع بعلامة تجارية مميزة يسهل التعرف عليها بسهولة وهي متوفرة ٤ درجات

يفضل المستهلك شراء هذه السلع بسرعة دون أن يقضي وقت طويل في الشراء

إمكانية الحصول على المعلومات التي يحتاجها المستهلك والبيانات - يحصل عليها ٥ درجات

من المعلومات - تجريب السلعة قبل استخدامها - سعرها المتاح

المنتج يجب أن يحقق معظم السلع الميسرة (معظم الأوقات) - المنتج يجب أن يكون في الوقت المناسب والمكان ...

٢- عدد المزايا الأساسية التي يحققها مالك المشروع من المناخ الاستثماري (١٤ درجة)

الجواب: أهم المزايا هي: لكل تعداد درجة (٤ درجات)

١- المصداقية من الحكومات

٢- المرونة التشغيلية

٣- الاستقرار السياسي والاقتصادي

٤- المطالبة عن جهة محددة والتي تحكمها

٥- المناخ الاستثماري

المالك يستفيد من الشروط التنظيمية والضبط في الوقت ٥ درجات

وتأسيس البيئة العامة لتوفر المناخ الاستثماري

مما تؤدي إلى نمو الأفكار الكامنة بالمنتجات الجديدة

بالإضافة إلى حرية الاتصال وإقامة العلاقات ٥ درجات

التي تحسن الأعمال للمستثمرين فيما يخص المناخ الاستثماري

٣- اشرح الاستراتيجية التسويقية خلال مرحلة النضج في مجال المشروع

الجواب: هذه المرحلة تتطلب زيادة المنفق على الإعلانات للمحافظة ٥ درجات

على الحصة التسويقية للمشروع

مع زيادة المنافسة التي تظهر في هذه المرحلة يحتاج المشروع إلى ٥ درجات

سياسة ترويجية قوية

مع تم التركيز على البيع الشخصي لتقديم مركز ٤ درجات

السلعة في السوق

٤ - عدد أهم الإجراءات الواجب على إدارة المشروع اتخاذها قبل حذف السلعة من مزيج المنتجات

الجواب :

- الاعتماد على الحوافز السعرية (البيع بالتقسيط) - الإعلانات — ٥ درجات
- التركيز على القطاعات المربحة من السوق
- الانسحاب من القطاعات التي لا تحقق أرباح — ٥ درجات
- اعتماد التعامل على الموزعين الأكفاء للسلعة
- وسائل أخرى من شأنها تنشيط الطلب — ٥ درجات

---

٥ - اشرح أهمية سياسات الإعلانات والترويج المتعلقة بتحفيز المستعملين من الإقبال على تبني المنتجات الجديدة أو أوائل المستعملين

الجواب : لا فئة أوائل المستعملين الأفراد الذين يشعرون بأنهم نظراً لذلك (الأخرى) تستخدم الفرد سلعة دون أخرى مختلفة من سلعة الأخرى — ٥ درجات

- يجب إجراء البحوث لتحديد الأفراد الذين يمثلون فئة أوائل المشتملين للسلعة وتركيز الجهود الإعلانية والترويجية عليهم من سياسات الحث. يساعد على انتشار السلعة بين أفراد هذه الفئة الإعلانية المتأخرة — ٥ درجات
- حيث لها من قبل جانب الفئات
- من العوامل التي تساعد على زيادة المبيعات لفئة أوائل المستعملين اختيار وسيلة الإعلانات الملائمة وتصميم الرسالة المناسبة للإعلانات وتوزيع عينات مجانية ...... — ٤ درجات

علماً هناك إمكانية لأن الطالب الإجابة الحرفية وإنما إعطاء الفكرة الصحيحة .

استاذ المادة
أ . د . محمد جمال الطيار

استاذ مسلم التصحيح