

اجب بصحيح أو خطأ في حالة الخطأ قم بكتابة العبارة الصحيحة

الاجابة الصحيحة (0.25 نقطة) الاجابة الخاطئة ( 0.25 + 0.5 لتصحيح العبارة)

- يساعد التسويق الاستراتيجي رجال التسويق على التعرف على الآثار المستقبلية لقراراتهم الحالية.
- .....صحيح.. (0.25 نقطة )
- من أهداف التسويق الاستراتيجي تحديد المشاكل والإخفاقات التسويقية في الماضي.
- .....صحيح.....
- من أهداف التسويق الاستراتيجي تعزيز الأداء. صحيح
- يتكون التسويق الاستراتيجي من ثلاثة عناصر هي المؤسسة والمنافسون والزبائن.
- .....صحيح.....
- دور التسويق الاستراتيجي تصميم وضعية مستقبلية مرغوبة مع تطوير طرق للوصول للوضعية المرغوبة
- .....صحيح.....
- خطوات بناء تسويق استراتيجي : تحليل البيئة ثم تحديد الأهداف ثم استراتيجية تسويقية ثم تنفيذ ثم المراقبة والتقييم.
- .....صحيح.....
- من فوائد تحليل البيئة بالنسبة للمؤسسة انه يكشف عن القوى المحركة لها .
- .....صحيح.....
- التسويق العملي يقوم بتطبيق الخطة الإستراتيجية واطهارها الى حيز الوجود.
- .....صحيح.....
- استراتيجية الربح : المؤسسة تحقق هدف نمو حصتها السوقية وتركز ادائها نحو تخفيض تكاليف البحث والتطوير.
- .....صحيح.....
- البيئة التسويقية هي قوى فاعلة داخل المؤسسة وخارجها تؤثر على قدرة ادارة التسويق للتبادلات مع المستهلكين .
- .....صحيح.....
- التحليل الإستراتيجي عملية اتخاذ قرارات مستمرة بناءا على معلومات ممكنة عن مستقبلية هذه القرارات وآثارها
- .....صحيح.....
- نقاط ضعف المؤسسة تؤثر لنقص في امكانات المؤسسة خصوصا عند مقارنتها بمراد المؤسسات المنافسة لها.
- .....صحيح.....
- فرص المؤسسة هي العوامل و الأوضاع الخارجية التي تساعد على تحقيق رسالتها والوصول بها الى غاياتها .
- .....صحيح.....
- نموذج (Y) لتحليل الفجوات يرتبط بثلاث أبعاد من الأسئلة هي :من؟ ماذا؟ كيف؟.
- .....صحيح.....
- يمكن للمؤسسة من خلال BCG تقييم وحدات نشاطها الاستراتيجية عن طريق نمو السوق وحصة السوق النسبية.
- .....صحيح.....
- علامة الاستفهام في مربع مصفوفة بوسطن تمثل حصة سوقية منخفضة مع معدل نمو مرتفع. صحيح
- النجوم في مربع مصفوفة بوسطن تمثل أفضل الفرص طويلة الأجل للنمو والربحية. صحيح
- البقرة الحلوب في مربع مصفوفة بوسطن هي أنشطة تدر ربحا كبيرا لوجود حصة سوقية عالية.
- .....صحيح.....
- التسويق هو علم وفن اختيار الاسواق المستهدفة وكسب الزبائن والحفاظ عليهم وتسليمهم شئ ذو قيمة عالية
- .....صحيح.....
- يمكن صياغة رسالة استراتيجية المؤسسة كما يلي :نحن مؤسسة كذا،نهدف إلى ،من اجل كذا،بواسطة كذا.

- صحيح.....
- تلجأ وحدات الأعمال الصغيرة إلى استراتيجية حيز الكلفة المنخفضة في حالة عدم مرونة الطلب. خطأ
- ..... في حالة مرونة الطلب
- تنتم القطاعات السوقية لوحدات الأعمال في استراتيجية التركيز بأنها عديدة. خطأ(0.75)
- .....محدودة.
- تتميز الاستراتيجيات الوظيفية بأنها ذات طابع تشغيلي وتنفيذي طويل الاجل. خطأ
- .....قصر الاجل
- يمكن ضم العميل الذي لديه المال وصلاحيه وحرية الشراء إلى قائمة العملاء المحتملين. خطأ
- يمكن ضمه اذا توفر شرط الرغبة في الشراء اضافة للشروط السابقة
- الاستهداف هو أن يعمل رجل التسويق على خلق انطباع في ذهن المستهلك اتجاه منتجاته. خطأ
- هو الخطوة التي يتم خلالها تقسيم السوق المستهدفة إلى مستفيدين فعليين ومحتملين
- التوضع هو الخطوة التي يتم خلالها تقسيم السوق المستهدفة إلى مستفيدين فعليين ومحتملين. خطأ
- هو أن يعمل رجل التسويق على خلق انطباع في ذهن المستهلك اتجاه منتجاته
- يعرف السوق من منظور تسويقي من جانب العرض. خطأ
- الطلب
- السوق الداعم هو سوق منتجات الإحلال التي تختلف في طبيعتها عن منتجات المؤسسة لكنها تشبع نفس الحاجة.
- خطأ السوق المجاور
- يتكون السوق المحتمل للمؤسسة من سوقها الحالي وجزء من السوق الحالي للمنافسين. خطأ
- اضافة الى جزء من سوق المقاطعين ضرفيا
- لا تعتبر قدرة المشترين على المساومة والضغط ضمن القوى الخمس التنافسية. خطأ
- تعتبر
- الاتجاهات التنافسية للمنظمات التي تتقبل المخاطرة تكون دفاعية. خطأ
- هجومية
- تتميز الاستراتيجية الاصلاحية حسب SWOT بتقليل نقاط الضعف. خطأ
- معالجة نقاط الضعف واستثمار الفرص المتاحة
- عندما تصبح وحدات البقرة الحلوب ضعيفة يفضل اتباع استراتيجية التنوع. خطأ
- الانكماش أو تخفيض الاستثمار
- حسب مصفوفة بوسطن عند مرحلة الكلاب يفضل اتباع استراتيجية التميز. خطأ
- الانكماش
- استراتيجية التصفية هي حذف نشاط من أنشطة المؤسسة. خطأ
- استراتيجية التخلي هي حذف نشاط من أنشطة المؤسسة
- استراتيجية التنوع المركز للمؤسسة هي ادخال نشاطات جديدة لا ترتبط بنشاطاتها الحالية. خطأ
- ترتبط
- استراتيجية التنوع المختلط اي ان منتج المؤسسة له علاقة ترابط بنشاطاتها الحالية. خطأ
- ليس له علاقة
- تعتبر مرحلة توليد البدائل ثاني مرحلة في مسار الخيار الاستراتيجي. خطأ
- اول مرحلة
- تعتبر مرحلة تقويم البدائل الاستراتيجية آخر مرحلة في مسار الخيار الاستراتيجي. خطأ
- ثاني مرحلة
- حسب VRIO مصادر الميزة التنافسية هي صعوبة تقليد المنتج وندرته مع استدامة موارده. خطأ
- اضافة ان يكون ذو قيمة