



يوم: 2026/05/13

## الاجابة النموذجية امتحان الدورة العادية في مقياس سلوك المستهلك

### السؤال الأول.....4ن: عرف المصطلحات الآتية:

- الميزة التنافسية: قدرة المؤسسة على تقديم شيء فريد من نوعه من المنتجات المقدمة مقارنة بالمنافسين، وهذا التمييز يكون مدرك من طرف الزبون.....(1ن)
- تجزئة السوق: تقسيم السوق إلى أجزاء سوقية معينة حسب تفضيلات المستهلكين.....(1ن)
- المزيج الترويجي: عنصر من عناصر الترويج يتضمن، الاعلان، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، البيع الشخصي.....(1ن)
- رضا الزبون: ردة الفعل التي يقوم بها الزبون نتيجة تلقيه للخدمة المقدمة أو السلعة.....(1ن)

### السؤال الثاني.....4ن: ما هو الفرق بين:

- الأساليب الكمية والأساليب النوعية.
- الأساليب الكمية: هي الأساليب التي يمكن قياسها،.....(1ن) أما الأساليب النوعية: هي تلك الأساليب أو الطرق التي لا يمكن قياسها بل القيام بالوصف.....(1ن)
- المستهلك النهائي: هو ذلك الشخص الذي يقوم بشراء منتج معين قصد غرضه الشخصي.....(1ن) أما المستهلك الصناعي: قصد اعادة البيع أو ادخاله ف بالعملية الانتاجية.....(1ن)

### السؤال الثالث.....4ن: حدد مايلي:

- أبعاد المنتج: تتمثل بأبعاد المنتج فيما يلي: الاتساع، العمق، الطول، الاتساق.....(1ن)
- مع مثال توضيحي.....(1ن)
- أهم الاستراتيجيات التسويقية للتوزيع:.....(2ن)

التوزيع المكثف؛

التوزيع الانتقائي (الاختياري)؛

التوزيع الحصري.

### السؤال الرابع.....8ن اختياري (1 أو 2):

1. تسعى المؤسسات الحديثة إلى فهم سلوك المستهلك من أجل التأثير على قراراته الشرائية وتحقيق رضا الزبون، حيث لم يعد قرار الشراء يتم بطريقة عشوائية، بل يمر عبر مراحل متتالية.

➤ أهم مراحل عملية القرار الشرائي:.....(4ن)

الشعور بالحاجة؛

البحث عن المعلومات؛

تقييم البدائل؛

اختيار البديل الأمثل؛

القيام بالشراء؛

تقييم ما بعد الشراء.

➤ مع الشرح:.....(4ن)

2. يعد فهم سلوك المستهلك من أهم اهتمامات المؤسسات الحديثة، لذلك ظهرت عدة نماذج تفسيرية تساعد على توضيح كيفية إستجابة المستهلك للمؤثرات التسويقية وإتخاذ القرار الشرائي، حيث تعتمد هذه النماذج على وجود مؤثرات خارجية تدخل إلى المستهلك ليقوم بمعالجتها داخليا ثم يظهر ذلك في استجابات شرائية مختلفة.

إسم النموذج المقصود في الوضعية: HOWARD And CHITH مع رسم النموذج.....(4ن)

➤ شرح مكوناته.....(4ن)

الأستاذة: خولة علاوة