

Marketing Basics

أساسيات التسويق

Module One: Review Questions

- 1) What are potential customers?
- Target market
 - Market
 - Marketers
 - Sellers

مراجعة الوحدة الأولى

- (1) من هم العملاء المحتملين؟
- السوق المستهدف
 - سوق
 - المسوقين
 - الباعة

- 2) What is necessary to determine the market and target market?
- Customers
 - Marketers
 - Market research
 - Income statement

- (2) ما هو ضروري لتحديد السوق والسوق المستهدف؟
- عملاء
 - المسوقين
 - البحث عن المتجر
 - قوائم الدخل

- 3) What is selling?
- Customer recognition
 - Building a brand
 - Knowing your target market
 - Customer purchases the product



- (3) ما هو البيع؟
- التعرف على العملاء
 - بناء علامة تجارية
 - معرفة السوق المستهدف
 - يشتري العميل المنتج

- 4) Marketing focuses on what?
- Money gained
 - Gaining customer recognition
 - Stock supply
 - Customer purchase

- (4) يركز التسويق على ماذا؟
- كسب المال
 - اكتساب تقدير العملاء
 - توريد المخزون
 - شراء العميل

- 5) What is not something that will provide an understanding of customers?
- أ) الدراسة الاستقصائية
ب) مجموعة التركيز
ج) تدقيق المنتج
د) إحصائيات
- 6) Which of the following should be considered in customer needs?
- أ) كيف يمكن للعميل الاستفادة من منتجك / خدمتك
ب) عمر المنتج
ج) كيف المنتج سيزيد المبيعات
د) كم عدد الشكاوى المتوقعة من المنتج
- 7) Which of the following is a step in defining your product/service?
- أ) اسم المنتج أو الخدمة
ب) تحديد جمهورك المستهدف
ج) عمر المنتج أو الخدمة
د) تحديد تاريخ المنتج
- 8) What must be identified about the product besides its aspects?
- أ) إلى متى ستكون ذات صلة
ب) كيف ستعمل
ج) ماذا سيكون اسمه
د) ما يمكن أن تفعله للجمهور
- 9) What is not something that will provide an understanding of customers?
- أ) الدراسة الاستقصائية
ب) مجموعة التركيز
ج) تدقيق المنتج
د) إحصائيات
- 10) Which of the following should be considered in customer needs?
- أ) كيف يمكن للعميل الاستفادة من منتجك / خدمتك
ب) عمر المنتج
ج) كيف المنتج سيزيد المبيعات
د) كم عدد الشكاوى المتوقعة من المنتج
- 11) Which of the following is a step in defining your product/service?
- أ) اسم المنتج أو الخدمة
ب) تحديد جمهورك المستهدف
ج) عمر المنتج أو الخدمة
د) تحديد تاريخ المنتج
- 12) What must be identified about the product besides its aspects?
- أ) إلى متى ستكون ذات صلة
ب) كيف ستعمل
ج) ماذا سيكون اسمه
د) ما يمكن أن تفعله للجمهور

d) What it can do for the public

9) A_____ is loosely defined as a medium where customers and sellers with shared interests and desires conduct business.

- a) Product
- b) Restaurant
- c) Market
- d) None of the above

9) يتم تعريف A_____ بشكل فضفاض على أنه وسيط يقوم فيه العملاء والبائعون الذين لديهم اهتمامات ورغبات مشتركة بأعمال تجارية.

- أ) المنتج
- ب) مطعم
- ج) السوق
- د) لا شيء مما سبق

10) Always be consistent in your _____.

- a) Image
- b) Product
- c) Customer service
- d) All of the above

10) كن دائمًا متسقًا في _____.

- أ) الصورة
- ب) المنتج
- ج) خدمة العملاء
- د) كل ما ورد أعلاه

Module Two: Review Questions

- 1) Which of the following is an example of direct marketing?
- Cold calls
 - Text messages
 - Personal interviews
 - Online forum

مراجعة الوحدة الثانية

- 1) أي مما يلي مثال على التسويق المباشر؟
- مكالمات باردة
 - رسائل نصية
 - المقابلات الشخصية
 - منتدى على الانترنت

- 2) Which marketing method is typically the most effective?
- Active
 - Outgoing
 - Direct
 - Mixed

- 2) ما هي طريقة التسويق الأكثر فعالية عادة؟
- نشط
 - منفتح
 - مباشر
 - مختلط



- 3) What is an example of active marketing?
- Text message
 - Bill boards
 - Cold call
 - Promotional letter

- 3) ما هو مثال على التسويق النشط؟
- رسالة نصية
 - لوحات بيل
 - نداء بارد
 - خطاب ترويجي

- 4) Which of the following provides more methods of active marketing?
- Face to face
 - Online

- 4) أي مما يلي يوفر طرقًا أكثر للتسويق النشط؟
- وجها لوجه
 - متصل
 - بدني
 - البريد المباشر

- c) Physical
- d) Direct mail

- 5) Which of the following is an example of incoming marketing?
- a) SEO
 - b) Calls
 - c) Direct mail
 - d) Text messages

(5) أي مما يلي يعتبر مثالاً على التسويق الوارد؟

- أ) SEO
- ب) المكالمات
- ج) البريد المباشر
- د) رسائل نصية

- 6) What is the drawback of incoming marketing?
- a) Increases the number of people reached
 - b) Reaches a small number of people
 - c) Poor customer connection
 - d) Increased customer connection

(6) ما هو عيب التسويق الوارد؟

- أ) يزيد عدد الأشخاص الذين تم الوصول إليهم
- ب) تصل إلى عدد قليل من الناس
- ج) اتصال ضعيف مع العملاء
- د) زيادة اتصال العملاء

- 7) What is an example of outgoing marketing?
- a) SEO
 - b) Banner ad
 - c) Text message
 - d) Social media

(7) ما هو مثال على التسويق المنتهية ولايته؟

- أ) SEO
- ب) لافتة إعلانية
- ج) رسالة نصية
- د) وسائل التواصل الاجتماعي

- 8) What is the traditional marketing method?

(8) ما هي طريقة التسويق التقليدية؟

- أ) مباشر

- a) Direct
- b) Incoming
- c) Active
- d) Outgoing

- (ب) واردة
- (ج) نشيط
- (د) منفتح

9) How can consumers make the best purchasing decision?

- a) Trial and error
- b) Familiarize themselves with marketing options
- c) A and B
- d) Neither A nor B

9) كيف يمكن للمستهلكين اتخاذ أفضل قرار شراء؟

- (أ) التجربة والخطأ
- (ب) التعرف على خيارات التسويق
- (ج) أ و ب
- (د) لا أ ولا ب

10) _____marketing aims to build a relationship with the customer and use fewer "tactics" to lure them.

- a) Active
- b) Incoming
- c) Direct
- d) Outgoing

10) _____التسويق يهدف إلى بناء علاقة مع العملاء

واستخدام عدد أقل من "التكتيكات" لجذبهم.

- (أ) نشط
- (ب) واردة
- (ج) مباشر
- (د) المنتهية ولايته

Module Three: Review Questions

- 1) What is guerrilla marketing?
 - a) Traditional marketing techniques
 - b) Marketing to businesses
 - c) Marketing using 'Wow' tactics
 - d) Marketing to consumers



مراجعة الوحدة الثالثة

- 1) ما هو تسويق حرب العصابات؟
 - أ) تقنيات التسويق التقليدية
 - ب) التسويق للشركات
 - ج) التسويق باستخدام تكتيكات "Wow"
 - د) التسويق للمستهلكين

- 2) Which of the following is an example of guerrilla marketing?
 - a) Coupons
 - b) Flyers
 - c) Flash mobs
 - d) Promotional sales

- 2) أي مما يلي يعتبر مثالاً على تسويق حرب العصابات؟
 - أ) كوبونات
 - ب) فلايرز
 - ج) الغوغاء فلاش
 - د) المبيعات الترويجية

- 3) B2B marketing focuses on what?
 - a) Marketing online

- 3) يركز التسويق B2B على ماذا؟
 - أ) التسويق عبر الإنترنت
 - ب) التسويق للعملاء

- ج) التسويق للعائلات
د) التسويق لشركات أخرى
- b) Marketing to customers
c) Marketing to families
d) Marketing to other businesses
- 4) ما هو أحد أشكال التسويق B2B ؟
أ) الغوغاء فلاش
ب) خصومات الأعمال فقط
ج) فلايرز
د) هدايا مجانية
- 4) What is one form of B2B marketing?
a) Flash mobs
b) Business only discounts
c) Flyers
d) Free gifts
- 5) ما هي المجموعة المستهدفة التي يستهدفها تسويق B2C ؟
أ) العملاء عبر الإنترنت
ب) الأعمال
ج) المستهلكين العموميين
د) كل العملاء
- 5) Which target group is B2C marketing aimed at?
a) Online customers
b) Businesses
c) Public consumers
d) All customers
- 6) ما هو أحد الأمثلة على تسويق B2C ؟
أ) شراء المكافآت
ب) فلاش موب
ج) إعلانات البانر
د) مكالمات مباشرة
- 6) What is one example of B2C marketing?
a) Buying rewards
b) Flash mob
c) Banner ads
d) Direct calls
- 7) ما هي إحدى ميزات التسويق الترويجي؟
أ) يزيد يؤدي
ب) يخلق عملاء مخلصين
ج) يحسن العائد على الاستثمار
د) يقلل عائد الاستثمار
- 7) What is one advantage of promotional marketing?
a) Increases leads
b) Creates loyal customers
c) Improves ROI
d) Decreases ROI

8) Which of the following is an example of promotional marketing?

- a) Flash mob
- b) Direct calls
- c) Flyers
- d) Sweepstake entries with purchase

8) أي مما يلي يعتبر مثالاً للتسويق الترويجي؟

- أ) فلاش موب
- ب) مكالمات مباشرة
- ج) فلايرز
- د) يانصيب إدخال مع الشراء

9) What is the down-side to guerilla marketing?

- a) It isn't fun
- b) It is boring
- c) It is offensive
- d) It is interesting

9) ما هو الجانب السلبي لتسويق حرب العصابات؟

- أ) هذا ليس ممتعاً
- ب) إنه ممل
- ج) إنه مسيء
- د) إنه ممتع

10) Promotional marketing entices customers to buy on the spur of the moment.

- a) True
- b) False

10) يغري التسويق الترويجي العملاء للشراء على الفور.

- أ) صحيح
- ب) خطأ



Module Four: Review Questions

1) What should be done at the end of the life cycle?

- a) Increase the marketing
- b) Remove it from the market
- c) Close the business
- d) Change marketing tactics

مراجعة الوحدة الرابعة

1) ما الذي يجب عمله في نهاية دورة الحياة؟

- أ) زيادة التسويق
- ب) قم بإزالته من السوق
- ج) أغلق العمل
- د) تغيير أساليب التسويق

2) Which of the following is true?

- a) Products always follow the life cycle
- b) Products never skip stages of the life cycle
- c) Products do not always follow the life cycle
- d) Products are not based on customer needs

(2) أي مما يلي صحيح؟

- (أ) تتبع المنتجات دائماً دورة الحياة
- (ب) لا تتخطى المنتجات أبداً مراحل دورة الحياة
- (ج) لا تتبع المنتجات دائماً دورة الحياة
- (د) المنتجات لا تستند إلى احتياجات العملاء

3) What is the risk of a high price?

- a) Discourage customers
- b) Increase demand
- c) Decrease production
- d) Loss of interest

(3) ما هي مخاطر ارتفاع الأسعار؟

- (أ) تثني العملاء
- (ب) زيادة الطلب
- (ج) تقليل الإنتاج
- (د) فقدان الاهتمام

4) What is value-based pricing based on?

- a) Cost of production
- b) Profit
- c) Customer interest
- d) What a customer is willing to pay

(4) على ماذا يعتمد التسعير على أساس القيمة؟

- (أ) تكليف الإنتاج
- (ب) ربح
- (ج) مصلحة العملاء
- (د) ما الذي يرغب العميل في دفعه

5) Which promotion would include a press release?

- a) Publicity
- b) Word of mouth
- c) Selling
- d) Advertising

(5) ما هو الترويج الذي سيشمل بيان صحفي؟

- (أ) شهره اعلاميه
- (ب) كلمة إيجابية
- (ج) بيع
- (د) دعاية

6) What is promotion confused with?

- a) 4 Ps
- b) Advertising
- c) Marketing
- d) Value

6) ما هو الخلط بين الترقية؟

- أ) 4بس
- ب) دعاية
- ج) تسويق
- د) قيمة

7) How much of the cost does place make up?

- a) 18%
- b) 20%
- c) 23%
- d) 25%

7) كم من تكلفة المكان؟

- أ) 18%
- ب) 20%
- ج) 23%
- د) 25%

8) What does place affect?

- a) Marketing
- b) Product
- c) Promotion
- d) Price

8) ماذا يؤثر المكان؟

- أ) تسويق
- ب) المنتج
- ج) ترقية وظيفية
- د) سعر

9) Each element of the marketing mix is independent of the other.

- a) True
- b) False

9) كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي مستقل عن الآخر.

- أ) صحيح
- ب) خطأ

10) What stage of the life cycle has a product reached when sales begin to slow?

- a) Maturity
- b) Growth

10) ما هي مرحلة دورة الحياة التي وصل إليها المنتج عندما بدأت المبيعات في التباطؤ؟

- أ) النضج
- ب) النمو
- ج) مقدمة

- c) Introduction
- d) Decline

(د) الرفض



Module Five: Review Questions

- 1) What is the purpose of the pitch?
 - a) Create interest
 - b) Close a sale

مراجعة الوحدة الخامسة

- 1) ما هو الغرض من الملعب؟
 - أ) خلق الاهتمام
 - ب) إغلاق البيع

- c) Improve price
- d) Gain media

- (ج) تحسين السعر
- (د) اكتساب الوسائط

- 2) What is not useful in a pitch?
- a) Writing it down
 - b) Practicing
 - c) Too much information
 - d) Making it short

- (2) ما هو غير مفيد في الملعب؟
- (أ) كتابتها
 - (ب) ممارسة
 - (ج) الكثير من المعلومات
 - (د) جعلها قصيرة

- 3) How many customers base their purchases on price?
- a) 2/3
 - b) All
 - c) 1/4
 - d) 1/3

- (3) كم عدد العملاء الذين يعتمدون في مشترياتهم على السعر؟
- (أ) 2/3
 - (ب) الجميع
 - (ج) 1/4
 - (د) 1/3



- 4) What must you understand to sell value?
- a) Price points
 - b) Target market
 - c) Market value
 - d) Cost Price

- (4) ما الذي يجب أن تفهمه لبيع القيمة؟
- (أ) نقاط السعر
 - (ب) السوق المستهدف
 - (ج) القيمة السوقية
 - (د) سعر الكلفة

- 5) What are Super Bowl ads?
- a) Traditional
 - b) Boring
 - c) Entertaining
 - d) Factual

- (5) ما هي إعلانات Super Bowl ؟
- (أ) تقليدي
 - (ب) ملل
 - (ج) مسلية
 - (د) واقعي

6) What is the benefit of fun and entertaining communication?

- a) Catch and keep attention
- b) Not taken seriously
- c) Does not include facts
- d) Is not done often

6) ما فائدة التواصل المرح والتسلية؟

- أ) التقط وابقَ منتبهاً
- ب) لا تؤخذ على محمل الجد
- ج) لا تشمل الحقائق
- د) لا يتم ذلك في كثير من الأحيان

7) The media you choose depends on which of the following?

- a) Time
- b) Customer
- c) Place
- d) Entertainment

7) تعتمد الوسائط التي تختارها على أي مما يلي؟

- أ) زمن
- ب) عميل
- ج) مكان
- د) تسلية

8) What is the drawback to social media?

- a) Nothing
- b) Small audience
- c) Expensive
- d) Requires maintenance

8) ما هو عيب وسائل التواصل الاجتماعي؟

- أ) لا شيء
- ب) جمهور صغير
- ج) مكلفة
- د) يتطلب صيانة

9) _____ are/is essential to successful marketing.

- a) Finances
- b) University degree
- c) Communication
- d) Entertainment

9) _____ ضرورية التسويق الناجح.

- أ) المالية
- ب) شهادة جامعية
- ج) الإتصالات
- د) الترفيه

10) What are the basic steps that will improve the success of the pitch?

- a) Write it down
- b) Practice
- c) Be concise
- d) All of the above

10) ما هي الخطوات الأساسية التي من شأنها تحسين نجاح العرض التقديمي؟

- أ) اكتبها
- ب) الممارسة
- ج) كن موجزا
- د) كل ما ورد أعلاه



Module Six: Review Questions

- 1) What will happen if customers do not feel like they have a voice?
 - a) Remain loyal
 - b) Take business elsewhere
 - c) They will not question the company
 - d) They will not have any complaints

- 2) What is not a method of communication?
 - a) Survey
 - b) Interview
 - c) Blog
 - d) Focus groups

- 3) What should you advertise about the product?
 - a) Price
 - b) Importance
 - c) How the company matters
 - d) How life is improved

- 4) What do you need to do to communicate effectively in advertising?
 - a) Connect with customers
 - b) Monitor sales
 - c) Blog
 - d) Talk with employees

مراجعة الوحدة السادسة

- 1) ماذا سيحدث إذا كان العملاء لا يشعرون أن لديهم صوتاً؟
 - أ) كن مخلصاً
 - ب) خذ العمل في مكان آخر
 - ج) لن يشككوا في الشركة
 - د) لن يكون لديهم أي شكاوى

- 2) ما هي ليست طريقة اتصال؟
 - أ) الدراسة الاستقصائية
 - ب) مقابلة
 - ج) مدونة او مذكرة
 - د) مجموعات التركيز

- 3) ماذا يجب أن تعلن عن المنتج؟
 - أ) سعر
 - ب) أهمية
 - ج) كيف تهتم الشركة
 - د) كيف تتحسن الحياة

- 4) ما الذي عليك فعله للتواصل بشكل فعال في الإعلانات؟
 - أ) تواصل مع العملاء
 - ب) مراقبة المبيعات
 - ج) مدونة او مذكرة
 - د) تحدث مع الموظفين

- 5) What will you risk if an interaction does not go well?
- a) Complaint
 - b) Increased interest
 - c) Losing customers
 - d) Unstable price point

5) ما الذي ستخاطر به إذا لم يتم التفاعل بشكل جيد؟

- (أ) شكوى
- (ب) زيادة الاهتمام
- (ج) خسارة العملاء
- (د) نقطة سعر غير مستقرة

- 6) What training is needed to improve customer interactions?
- a) Customer service
 - b) Branding
 - c) Communication
 - d) Monitoring

6) ما هو التدريب المطلوب لتحسين تفاعل العملاء؟

- (أ) خدمة الزبائن
- (ب) العلامة التجارية
- (ج) تواصل
- (د) يراقب



- 7) What do you need to do first to answer customer questions?
- a) Be honest
 - b) Listen
 - c) Be respectful
 - d) Research

7) ماذا عليك أن تفعل أولاً للإجابة على أسئلة العملاء؟

- (أ) كن صادقاً
- (ب) استمع
- (ج) كن محترماً
- (د) بحث

- 8) What happens if you are not honest in your answers?
- a) The customer is temporarily happy.
 - b) Nothing
 - c) Employees will tell the truth.

8) ماذا يحدث إذا لم تكن صادقاً في إجاباتك؟

- (أ) العميل سعيد مؤقتاً.
- (ب) لا شيء
- (ج) سيقول الموظفون الحقيقة.
- (د) فقدان الثقة

d) Loss of trust

9) All communication with_____ should be considered from the perspective of a customer.

- a) Marketing mangers
- b) Production team
- c) Customers
- d) All of the above

9) يجب النظر في جميع الاتصالات مع _____ من منظور العميل.

- أ) مدراء التسويق
- ب) فريق الإنتاج
- ج) العملاء
- د) كل ما ورداعلاه

10) When communicating with customers, you _____ must_____.

- a) Listen
- b) Be respectful
- c) Be honest
- d) All of the above

10) عند التواصل مع العملاء ، يجب أن _____ أ) استمع
ب) كن محترما
ج) كن صادقا
د) كل ما ورداعلاه

Module Seven: Review Questions

مراجعة الوحدة السابعة

- 1) What is the shift from store to online movie rentals an example of?
- Brand shifting
 - Brand loyalty
 - Repeat purchases
 - Education

1) ما هو مثال على التحول من المتجر إلى تأجير الأفلام عبر الإنترنت؟

- تحول العلامة التجارية
- ولاء للعلامة التجارية
- كرر عمليات الشراء
- تعليم

- 2) When does brand shifting occur?
- At the beginning of the life cycle
 - In the middle of the life cycle
 - At the end of the life cycle
 - Before the life cycle

2) متى يحدث تحول العلامة التجارية؟

- في بداية دورة الحياة
- في منتصف دورة الحياة
- في نهاية دورة الحياة
- قبل دورة الحياة

- 3) What will you spend more money on?
- Repeat customers
 - Social media
 - Giveaways
 - New customers

3) على ماذا ستنفق المزيد من المال؟

- العملاء تكرر
- وسائل التواصل الاجتماعي
- الهبات
- زبائن الجدد

- 4) What will make up the majority of sales?
- Online sales
 - Repeat customers

4) ما الذي سيشكل غالبية المبيعات؟

- المبيعات عبر الإنترنت
- العملاء تكرر

- ج) المبيعات المادية
د) زبائن الجدد
- c) Physical sales
d) New customers
- 5) ماذا يعرض العملاء الذين يكررون الشراء؟
أ) تبديل العلامة التجارية
ب) إعلام
ج) ولاء للعلامة التجارية
د) تثقيف
- 5) What do customers who repeat purchases exhibit?
a) Brand Switching
b) Informing
c) Brand loyalty
d) Educating
- 6) ماذا يقدم أبطال العلامة التجارية؟
أ) كلمة من فمه التسويق
ب) التسويق المباشر
ج) التسويق الداخلي
د) تسويق نشط
- 6) What do brand champions provide?
a) Word of mouth marketing
b) Direct marketing
c) Inbound marketing
d) Active marketing
- 7) يجب أن يكون المحتوى. _____
أ) جديد
ب) ذو صلة
ج) تعليمي
د) مرح
- 7) Content needs to be _____.
a) New
b) Relevant
c) Educational
d) Fun
- 8) ماذا ستقسم المعلومات للعملاء؟
أ) الألقاب
ب) الرسوم البيانية
ج) الرسوم البيانية
د) العناوين الفرعية
- 8) What will divide information for customers?
a) Titles
b) Graphs
c) Charts
d) Subheadings
- 9) _____ قدم اتجاه حملتك التسويقية.
- 9) _____ provide the direction of your

marketing campaign.

- a) Loyal customers
- b) Brand changes
- c) Marketing goals
- d) Loyalty rewards

- (أ) العملاء المخلصون
- (ب) تغييرات العلامة التجارية
- (ج) أهداف التسويق
- (د) مكافآت الولاء

10) Brand changing will ensure customer loyalty.

- a) True
- b) False

10) تغيير العلامة التجارية سيضمن ولاء العملاء.

- (أ) صحيح
- (ب) خطأ

Module Eight: Review Questions

- 1) How can customers create awareness?
 - a) Advertising
 - b) Word of mouth
 - c) Communication
 - d) Discovery



مراجعة الوحدة الثامنة

1) كيف يمكن للعملاء خلق الوعي؟

- (أ) دعاية
- (ب) كلمة إيجابية
- (ج) تواصل
- (د) اكتشاف

2) What is awareness?

- a) Interest in the product
- b) Purchasing
- c) Knowing the product is necessary
- d) Introduction to a product

2) ما هو الوعي؟

- (أ) الاهتمام بالمنتج
- (ب) شراء
- (ج) معرفة المنتج أمر ضروري
- (د) مقدمة لمنتج

3) What is not included in the value proposition?

- a) Benefits
- b) Problem solving

3) ما الذي لم يتم تضمينه في عرض القيمة؟

- (أ) فوائد
- (ب) حل المشاكل
- (ج) التسعير
- (د) ميزة على المنافسة

- c) Pricing
- d) Advantage over competition

4) Interest must be _____.

- a) Active
- b) Passive
- c) New
- d) Established

- 4) يجب أن تكون الفائدة . _____
- (أ) نشيط
 - (ب) مبني للمجهول
 - (ج) جديد
 - (د) أنشئت

5) What will establish desire?

- a) The brand is satisfying
- b) Educate customers
- c) Use large letters on ads
- d) Brand switching

- 5) ما الذي سيؤسس الرغبة؟
- (أ) العلامة التجارية مرضية
 - (ب) توعية العملاء
 - (ج) استخدم الأحرف الكبيرة على الإعلانات
 - (د) تبديل العلامة التجارية

6) What can be done to increase desire?

- a) Advertising
- b) Graphs and charts
- c) Offer demonstrations
- d) Subscriptions

- 6) ما الذي يمكن فعله لزيادة الرغبة؟
- (أ) دعابة
 - (ب) المخططات والرسوم البيانية
 - (ج) تقدم مظاهرات
 - (د) الاشتراكات

7) What is the most common mistake that marketers make?

- a) Provide benefits
- b) Ignore call to action
- c) Establish value proposition
- d) Offer call to action

- 7) ما هو الخطأ الأكثر شيوعاً الذي يرتكبه المسوقون؟
- (أ) تقديم الفوائد
 - (ب) تجاهل عبارة تحث المستخدم على اتخاذ إجراء
 - (ج) إنشاء عرض القيمة
 - (د) عرض عبارة تحث المستخدم على اتخاذ إجراء

8) Who leads a customer to take action?

- a) Customer
- b) Employees
- c) CEOs
- d) Marketer

8) من يقود العميل لاتخاذ الإجراءات؟

- أ) عميل
- ب) الموظفين
- ج) المديرين التنفيذيين
- د) المسوق

9) When awareness is positive, _____ will develop.

- a) Interest
- b) Desire
- c) Call to action
- d) Awareness

9) عندما يكون الوعي إيجابياً ، _____ سيتطور.

- أ) الفائدة
- ب) الرغبة
- ج) دعوة للعمل
- د) الوعي

10) What creates positive word-of-mouth advertising?

- a) Pleasant shopping experience
- b) Effective marketing
- c) Awareness
- d) None of the above

10) ما الذي يخلق الإعلانات الشفوية الإيجابية؟

- أ) تجربة تسوق ممتعة
- ب) التسويق الفعال
- ج) الوعي
- د) لا شيء مما سبق

Module Nine: Review Questions

1) Why is it necessary to be aware of mistakes?

- a) To avoid them
- b) Point them out
- c) Notice them
- d) Repeat them

مراجعة الوحدة التاسعة

1) لماذا من الضروري أن تكون على دراية بالأخطاء؟

- أ) تجنبهم
- ب) نشير بها
- ج) لاحظهم
- د) كررهم

2) Not monitoring social media is which type

2) عدم رصد وسائل التواصل الاجتماعي هو نوع الخطأ؟

- أ) لا حضور

of mistake?

- a) No presence
- b) One-sided communication
- c) Set it and forget it
- d) Inconsistency

- (ب) اتصال من جانب واحد
- (ج) اضبطها واتركها
- (د) تناقض

- 3) What is not a question that helps you create a USP?
- a) What are the unique factors?
 - b) Which factors matter to customers?
 - c) Which factors separate you from the competition?
 - d) What are the price factors?

- (3) ما هو السؤال الذي لا يساعدك في إنشاء USP ؟
- (أ) ما هي العوامل الفريدة؟
 - (ب) ما هي العوامل التي تهتم العملاء؟
 - (ج) ما هي العوامل التي تفصلك عن المنافسة؟
 - (د) ما هي عوامل السعر؟

- 4) What is the final step to UPS?
- a) Discover uniqueness
 - b) Choose media and share
 - c) Answer questions
 - d) Create a message



- (4) ما هي الخطوة الأخيرة لـ UPS ؟
- (أ) اكتشف التميز
 - (ب) اختر الوسائط وشارك
 - (ج) أجب عن الأسئلة
 - (د) قم بإنشاء رسالة

- 5) What will result in translation mistakes besides mistranslations?
- a) Nothing
 - b) Names
 - c) Colloquialism
 - d) History

- (5) ما الذي سينتج عنه أخطاء الترجمة إلى جانب الترجمات الخاطئة؟
- (أ) لا شيء
 - (ب) الأسماء
 - (ج) العامية
 - (د) تاريخ

- 6) What will increase from mistaken cross-

- (6) ما الذي سيزيد من الترجمات عبر الثقافات الخاطئة؟

cultural translations?

- a) Expense
- b) Interest
- c) Purchases
- d) Value

- (أ) مصروف
- (ب) فائدة
- (ج) المشتريات
- (د) قيمة

7) What do relationships create?

- a) Dialogue
- b) Trust
- c) Profit
- d) Communication

(7) ماذا تخلق العلاقات؟

- (أ) حوار
- (ب) ثقة
- (ج) ربح
- (د) تواصل

8) What builds relationships?

- a) Trust
- b) Profit
- c) Information
- d) Dialogue

(8) ما الذي يبني العلاقات؟

- (أ) ثقة
- (ب) ربح
- (ج) معلومة
- (د) حوار



9) _____ will increase sales and improve customer relationships.

- a) Social media
- b) Marketing
- c) Cultural translation
- d) None of the above

(9) _____ سيزيد المبيعات ويحسن العلاقات مع العملاء.

- (أ) وسائل التواصل الاجتماعي
- (ب) التسويق
- (ج) الترجمة الثقافية
- (د) لا شيء مما سبق

10) _____ can limit the effectiveness of a campaign.

- a) Lack of interest
- b) Lack of time
- c) Too many posts
- d) Cross cultural translations

10) _____ يمكن أن يحد من فعالية الحملة.

- أ) عدم الاهتمام
- ب) ضيق الوقت
- ج) مشاركات كثيرة جدًا
- د) عبر الترجمات الثقافية



Module Ten: Review Questions

- 1) What needs to be established before using a marketing campaign?
- a) Metrics
 - b) Plan

مراجعة الوحدة العاشرة

1) ما الذي يجب وضعه قبل استخدام حملة تسويقية؟

- أ) المقاييس
- ب) يخطط
- ج) تواصل
- د) ثقة

- c) Communication
- d) Trust

- 2) What is true of marketing plans?
- a) They must always be followed
 - b) They are not necessary
 - c) They may be altered
 - d) Lacking one cannot be remedies

- (2) ما هو صحيح بالنسبة لخطط التسويق؟
- (أ) يجب دائماً اتباعهم
 - (ب) إنها ليست ضرورية
 - (ج) قد يتم تغييرها
 - (د) لا يمكن أن يكون الافتقار إلى أحد العلاجات

- 3) Which of the following is more effective marketing?
- a) Target market
 - b) Broad audience
 - c) Aim everyone
 - d) All are effective

- (3) أي مما يلي يعتبر تسويقاً أكثر فاعلية؟
- (أ) السوق المستهدف
 - (ب) جمهور عريض
 - (ج) استهدف الجميع
 - (د) كلها فعالة



- 4) Why do people choose to aim their marketing at everyone?
- a) Desire to expand the market
 - b) Advice of customers
 - c) Giving in to pressure
 - d) Fear of not reaching customers

- (4) لماذا يختار الناس أن يستهدفوا تسويقهم للجميع؟
- (أ) الرغبة في توسيع السوق
 - (ب) نصيحة العملاء
 - (ج) الاستسلام للضغط
 - (د) الخوف من عدم الوصول للعملاء

- 5) What should you do with metrics?
- a) Alter the marketing plan

- (5) ماذا تفعل بالمقاييس؟
- (أ) قم بتعديل خطة التسويق
 - (ب) ناقش المبيعات

- b) Discuss sales
c) Maintain the marketing plan
d) Discuss product changes
- 6) What is true of metric monitoring?
a) The same metrics are always monitored
b) They do not provide useful information
c) They vary based on media and platforms
d) They are not important
- 7) What is necessary to improve marketing?
a) Hearing
b) Listening
c) Research
d) Information
- 8) What will improve clarity when listening?
a) Interruption
b) Assumption
c) Emotions
d) Rephrasing
- 9) It is possible to please everyone.
a) True
b) False
- ج) حافظ على خطة التسويق
د) ناقش تغييرات المنتج
- 6) ما هو صحيح في المراقبة المترية؟
أ) يتم دائماً مراقبة نفس المقاييس
ب) لا يقدمون معلومات مفيدة
ج) تختلف بناءً على الوسائط والمنصات
د) إنها ليست مهمة
- 7) ما هو ضروري لتحسين التسويق؟
أ) سمع
ب) الاستماع
ج) بحث
د) معلومة
- 8) ما الذي سيحسن الوضوح عند الاستماع؟
أ) مقاطعة
ب) افتراض
ج) العواطف
د) إعادة الصياغة
- 9) من الممكن إرضاء الجميع.
أ) صحيح
ب) خطأ

10) Understanding _____ is essential to marketing success.

- a) Customers
- b) Marketing strategies
- c) Metrics
- d) Goals

10) فهم _____ ضروري لنجاح التسويق.

- أ) العملاء
- ب) استراتيجيات التسويق
- ج) المقاييس
- د) الأهداف

