|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| معناها | الكلمة |  | معناها | الكلمة |
| موقف - سلوك | Attitude |  | ولاء المستهلك | Consumer Loyalty |
| العلامة التجارية | Brand |  | القوة الشرائية | Buying power |
| ميزانية | Budget |  | التوجه | Orientation |
| الميزة التنافسية | Competitive Advantage |  | المفاضلة او التفريق | Differentiation |
| المنافسين | Competitors |  | عروض التسويق | Marketing offers |
| المستهلكين | Consumers |  | قيمة العملاء | Customer value |
| رؤى العملاء | Customer Insights |  | البائع | Seller |
| ركود – كساد | Depression |  | الإدارة التسويقية | Marketing management |
| تصميم | Design |  | المشتري | Buyer |
| موزع | Distributor |  | نطاق الشركة | Companywide |
| المتبنون الاوائل | Early Adopters |  | المنتج | Product |
| التجارة الالكترونية | E-commerce |  | إدارة علاقات العملاء | Customer Relationship Management (CRM) |
| التسويق الالكتروني | E-marketing |  | تقليص | Downsizing |
| بحث استكشافي | Exploratory research |  | خارجي | External |
| هرمي | Hierarchy |  | إدارة الطلب | Demand Management |
| دخل | Income |  | المزيج التسويقي | Marketing Mix |
| تأثيرات | Influences |  | داخلي | Internal |
| التعلم | Learning |  | مركزية منظمة | Centralized organization |
| محدود | Limited |  | التحكم | Controlling |
| حملة تسويقية | Marketing Campaign |  | تقسيم السوق | Market segmentation |
| وسطاء التسويق | Marketing Intermediaries |  | تنفيذ | Implementing |
| اساليب | Methods |  | مسئولية اجتماعية | Social Responsibility |
| احتكار | Monopoly |  | التوزيع | Distribution |
| دافع-حافز | Motive |  | الكفاءات | Competencies |
| التسويق المتخصص | Niche marketing |  | التسعير | Pricing |
| أهداف | Objectives |  | استراتيجية | Strategy |
| الفرصة | Opportunity |  | سوق | Market |
| مخرجات | Output |  | مدخلات | Input |
| انطباع | Perception |  | التنبؤ | Forecasting |
| الأداء | Performance |  | علاقة | Relationships |
| شخصيه | Personality |  | الكفاءات | Competencies |
| خطة | Plan |  | زبون – مشتري - عميل | Customer |
| العميل المحتمل | Potential Customer |  | الترويج | Promotion |
| عملية | Process |  | تسويق | Marketing |
| تطوير المنتجات | Product Development |  | رضا العميل | Customer Satisfaction |
| دورة حياة المنتج | Product life cycle |  | الجمهور المستهدف | Target customers |
| مشتريات | Purchasing |  | احصائي | Statistical |
| إدراك | Realization |  | القوى | Forces |
| ركود – انكماش | Recession |  | المفهوم الإنتاجي | Production Concept |
| الثقة | Reliability |  | تخطيط | Planning |
| استجابة | Response |  | محفظة تجارية | Business Portfolio |
| الموسمية | Seasonal |  | سلوك المستهلك | Customer Behavior |
| انتقائية | Selective |  | الأسواق العالمية | International markets |
| طبقات المجتمع | Social Class |  | تطور – نمو | Growth |
| رعاية | Sponsorship |  | بيان الرسالة | Mission Statement |
| مقياس | Standard |  | البيئة التسويقية | Marketing Environment |
| اقليات | Subcultures |  | الحصة السوقية | Market Share |
| البيع بالجملة | Wholesaling |  | التخطيط الاستراتيجي | Strategic planning |
| شريك | Partner |  | التخصيص | Customization |
| التنظيم الوظيفي | Functional Organization |  | تعارض او تضارب | Interfere |
| دفع الربح او الربح | Payoff |  | واقعي أو حقيقي | Realistic |
| منافسة | Competition |  | قاوم | Combat |
| شركات توزيع | Distribution Firms |  | جودة عالية | High quality |
| تعداد السكان | Census |  | علم السكان | Demography |
| المواليد | Baby boomers |  | جيل | Generation |

سيكون السؤال الثاني في الاختبار الشهري الثاني

عن معنى 25 كلمة بالإنجليزية.