

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية

السنة الجامعية : 2015 / 2016

السنة الأولى - ميدان: العلوم الاقتصادية،التسيير والعلوم التجارية - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق - السداسي الثاني

الفرع: 1 الفوج: 1

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم الاستكشافية / انجل / انجليزية الاعمال تاريخ النسخ: 2016/05/15

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	منتقى	مشروع	تربص	أخرى
1	20111500318	حشيليف صفية	ع	8,5							
2	20111500319	هيري خيرة	ع	12,5							
3	20111500320	سمير عبد الكريم	ع	10							
4	20111500321	قروج العالية	ع	08							
5	20111500322	ديدي نور الدين	ع	11,5							
6	20111500323	حفصي حنان	ع	11							
7	20111500324	بودريالة فيصل	ع	10,5							
8	20111500325	بوعمامة جمال الدين	ع	08							
9	20111500326	كشنة مغنية	ع	10							
10	20111500327	جبوري ايمان	ع	10,5							
11	20111500328	موفق وسيلة	ع	10							
12	20111500329	حجاج محمد	ع	7,5							
13	20111500330	بن نومية سومية	ع	9,5							
14	20111500331	توهامي محمد	ع	10							
15	20111500332	داودي نور الهدى	ع	00							
16	20111500333	مالكي محمد	ع	6,5							
17	20111500334	بن عدة شهبانز	ع	11							
18	20111500336	بن جلال لعرج	ع	ع							
19	20111500337	بلحاج عبد المجيد	ع	08,6							
20	20111500338	دراوي عمر	ع	09							
21	20111500339	بوتارن حليلة السعدية	ع	14							
22	20111500342	خميسي محمد امين	ع	05							
23	20111500343	عادل كمال الدين	ع	10							
24	20111500344	بلال الطاهر	ع	08							
25	20111500345	بلخادم جمال الدين	ع	10,6							
26	20111500412	قدور اسيا	ع	18,5							
27	20111500413	توزالة محمد	ع	14,5							
28	20111500414	قاسمي لعبد	ع	10,5							
29	20111500415	بليل محمد امين	ع	6,5							
30	20111500417	محمدي امال	ع	08							

الاستاذة: قاسمي سعاد

# Correction of English Exam

## Marketing:

1 - what do the acronyms BB, BC, CB, and CC mean?

- \* BB: Business-to-business
- \* BC: Business-to-Consumers.
- \* CB = consumer-to-Business
- \* CC = consumer-to-consumer.

2 - The difference between competitor-centered company and customer-centered company:

The first one is a company whose moves are mainly based on competitors' actions and reactions.

The second one pays balanced attention to both customers and competitors in designing its marketing strategies.

3 - Cognitive dissonance of customer satisfaction.

4 = Buzz marketing = cultivating opinion leaders and getting them to spread information about a product or service to others in their communities.

Commercialization = introducing a new product into the market.

Fad = A temporary period of unusually high sales

5. Translation =

Intermarket segmentation =

تقسيم المستهلكين طبقاً لمتطلباتهم المشتركة رغم اختلافهم

بعض