

الكويز: إدارة تسويق من محاضره 10 الى محاضره 12
عدد الأسئلة: 20
تم إنشاءه بواسطة: رورو-A

(1) بالعموم كلما زاد سعر السلعه او الخدمه كلما كانت اقرب الى: (نموذج JEKYL)

- التنوع

- الخاصه/التميز ✓

- العالميه

- القوه

(2) من اهداف التسعير الرئيسيه:

- التخلص من المخزون

- التميز والجوده

- (أ، ب) ✓

- السيطرة على السوق بالكامل

(3) من خطوات الاعلان:

- تحديد الهدف/الاهداف

- تحديد الشريحه المطلوبه

- تحديد الميزانيه

- جميع ماذكر أعلاه ✓

(4) من خطوات التسعير

- تحديد الاهداف

- تقدير الطلب

- تقدير التكلفه

- جميع ماذكر اعلاه ✓

(5) ان التسويق الناجح:

- الانسب

✓ - الأفضل

- الأسرع

- الأرخص

(6) من عوامل تقييم قوى البيع

- قياس مستوى الانجاز الفردي

- ترتيب مستوى الانجاز لدى قوى البيع

✓ - (أ، ب)

- ليس مما ذكر اعلاه

(7) من خطوات تحديد السعر التالي عدا :

- تحديد بدائل الاسعار

- تقدير الطلب

- تقدير التكاليف

✓ - جميع ماذكر اعلاه

(8) عرفت جميعة التسويق الامريكية الاعلان بانه:

✓ - الوسيله الغير شخصية لتقديم البضائع والخدمات والافكار بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع

- الوسيلة الشخصية لتقديم البضائع والخدمات والافكار بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع

- الوسيلة الشخصية والوسيله الغير شخصيه لتقديم البضائع والخدمات والافكار بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع

- جميع ماذكر اعلاه

(9) سياسية السعر المتغير:

- تمتاز بمرونتها حيث يترك المنتج لكل موزع حريه تحديد اسعار البيع الخاصه به

- تناسب هذه السياسه منتجي السلع غير المميزه والمنتجون الذين يجهلون طبيعة وحجم السوق الذي يتعاملون فيه

✓ - (أ، ب)

- ليس مما ذكر اعلاه

(10) من سياسات التسعير النفسيه التاليه ماعدا

- الاسعار الكسرية التي يظن المستهلك انها صفقة رابحة (99 بدل 100)

✓ - الاسعار العامة

- سياسة الاسعار المألوفة الذي اعتاد عليه المستهلك

- الاسعار الرمزية التي توضع لكي ترضي بعض دوافع المستهلكين ذلك ان ارتفاع السعر يؤدي الى ارتفاع الطلب

11) ترجع اهمية السعر لعدة عناصر اساسية اهمها

- العناصر الداخلية في سعر التكلفة

- العناصر الخارجية مثل العرض والطلب ومدى التدخل الحكومي

- (أ، ب) ✓

- ليس مما ذكر اعلاه

12) من الضروري ان يقوم (المختص بالتسويق) بتحديد ردود افعال المنافسين على السعر المقترح تفاديا

- لحرب الاسعار ✓

- لثبات الاسعار

- لزيادة الاسعار

- جميع ما ذكر اعلاه

13) من اهداف الاعلان التذكيري هو (نموذج فهد الحجاز)

- تذكير المشتري باحتمال حاجته لهذا المنتج في وقت قريب قادم ✓

- تذكير المشتري بجودة المنتج

- التوجيه باماكن البيع والتوزيع

- ابقاء المنتج في ذاكرة البائع لفترة التخفيضات في نهاية الموسم

14) تحديد قدرات ومهارات قوى البيع تشمل :

- القدره على تحديد حاجات ورغبات الاخرين

- القدره على الاقناع والتأثير

- القدره على التقييم الموضوعي

- جميع ما ذكر اعلاه ✓

15) من سياسات التسعير النفسيه (مكرر بطريقه مختلفه)

- الاسعار الكسريه ✓

- سياسة الاسعار العامه

- الاسعار الخاصه

- سياسة الاسعار النهائية

16) دراسة سوق العملاء تعني ان يقوم رجل البيع:

- بدراسة السوق وتحديد المتغيرات التي تؤثر في حجم ونوعية الطلب على المنتج
- التنبؤ بالطلب في ضوء مختلف الظروف التسويقية
- (أ، ب) ✓

- ليس مما ذكر اعلاه

17) الاعلانات عن المنتج او الخدمه

- زياده في حجم المبيعات
- تعزيز مكانة علامه التجاريه لدى الجمهور
- تحديد المكان الذي يمكن شراء المنتج منه
- جميع ماذكر اعلاه ✓

18) استراتيجيه تغيير السوق/ الحقائق من استراتيجيات:

- الاعلان والترويج ✓

- التوزيع
- السعر
- المنتج

19) ان اجراء المقابله البيعيه وتنفيذ طلبات الشراء بمرحلة وظيفه البيع تعتبر:

- الاولى
- الثانيه
- الثالثه
- الرابعه ✓

20) من مراحل وظيفه البيع : (مكرر بطريقه مختلفه)

- تحديد دوافع العملاء على الشراء
- اجراء المقابله البيعيه وتنفيذ طلبيات الشراء
- متابعة عمليه البيع وتقييمها
- جميع ماذكر اعلاه ✓

