



تصوير سعود الشهراني

تج من مبالغ، تعتمد إدارة

7. كلما تعقدت المبيعة الفنية للمنتج، كلما أدى ذلك إلى

- أ- زيادة عدد الوسطاء
- ب- تقليص عدد الوسطاء
- ج- الاستغناء نهائيًا عن الوسطاء
- د- طول القناة التسويقية

هو تعبير عن

8. الوسطاء الذين يقومون بالتفاوض على أعمال بيع وشراء السلع دون أن تكون في ملكيتهم،

- أ- تجار الجملة
- ب- تجار التجزئة
- ج- مؤسسات التوزيع التجارية
- د- مؤسسات التوزيع الوطنية

9. أحد مكونات البيئة التسويقية الخارجية المباشرة، للمنظمة هو

- أ- السكان
- ب- العوامل التشريعية
- ج- العملاء
- د- البيئة التكنولوجية

10. يعبر تحديد الأسواق المستهدفة وإعداد المزيج التسويقي الكفيل بتحقيق هذه الأما

**تصوير سعود الشهراني**

- أ- الاستراتيجية التسويقية
- ب- البيئة التسويقية
- ج- الأبحاث التسويقية
- د- نظام المعلومات التسويقية

المنتج، هي

11. يستخدم المزيج التسويقي الرباعي غالبًا في تسويق

- أ- الخدمات
- ب- الأفكار
- ج- المنتجات المادية
- د- الصورة الذهنية للمنظمة

12. الوسيلة غير الشخصية لتقديم البضائع والخدمات والأفكار بواسطة جهة مدفوع، هو تعبير عن

- أ- البيع الشخصي
- ب- تنشيط المبيعات
- ج- الإعلان
- د- العلاقات العامة

13. يعد النظام المعاصر بالمنظمة جزءاً من

- أ- بحوث التسويق.
- ب- نظام المعلومات التسويقية الداخلية.
- ج- نظام المعلومات التسويقية الخارجية.
- د- نظم ومعدات تشغيل المعلومات.

14. أفعال وتصرفات الأفراد في الحصول على المنتجات بطريقة اقتصادية، هي تعبير عن

- أ- القدرة الشرائية للمستهلك.
- ب- سلوك المستهلك.
- ج- التغير بعلم المستهلك.
- د- أسواق الاستهلاك.

15. وظيفة بحوث التسويق المنطقية فقط تجمع وتقديم حقائق معينة عن المواضيع المدروسة، هي الوظيفية

- أ- الوصفية.
- ب- التنبؤية.
- ج- الشخصية.
- د- التحليلية.

### تصوير سعود الشهراني

16. يمتاز نظام المعلومات التسويقي عن بحوث التسويق بكونه

- أ- يعتمد على المصادر الداخلية فقط.
- ب- يعتمد على المصادر الخارجية فقط.
- ج- يعتمد على المصادر الداخلية والخارجية معاً.
- د- لا يعتمد على أي من المصادر الداخلية أو الخارجية.

17. العبارة المستخدمة للتعبير عن السوق في التسويق هي

- أ- الصناعة.
- ب- العرض.
- ج- الطلب.
- د- قطاع النشاط.

18. مجال بحوث التسويق المتعلقة بتصميم وتطوير وتنمية الخدمات ، هو بحوث

- أ- المنتج.
- ب- المستهلك.
- ج- الترويج.
- د- البيع والتوزيع.

19. السلع التي يصر المستهلك على شراء علامة معينة منها، وبذل جهد أكبر للحصول عليها (كالمزاج مثلاً)، وتشبع عادة حاجات معنوية أخرى التي تجلب الانتعاش المادي، هي

- أ- السلع الميسرة
- ب- السلع الخاصة
- ج- السلع الترفيحية
- د- السلع الأساسية

20. إعداد قوائم الأسئلة، هي خطوات بحوث التسويق، يدخل ضمن

- أ- تحديد مجتمع الدراسة
- ب- تحديد أنواع المعلومات المطلوبة
- ج- تصميم الدراسة
- د- تحليل البيانات

21. الشخص الذي يقوم بتنفيذ إجراءات الصفقة، ضمن أدوار الشراء، هو

- أ- متخذ القرار
- ب- المبادر
- ج- القائم بالشراء
- د- مستخدم المنتج

22. الأمر الذي يعبر عن الوسيلة المفضلة لتلبية حاجة معينة لدى الإنسان، هو

- أ- الرغبات
- ب- الدوافع
- ج- المنتجات
- د- التبادلات

### تصوير سعود الشهراني

23. يعرف عن التسويق أنه

- أ- لا يخلق الحاجات
- ب- لا يؤثر على الرغبات
- ج- يخلق الحاجات
- د- يقوم على إقناع المستهلك بأشياء هو في غنى عنها

24. ينظر للتبادل على أنه

- أ- آلية لخلق القيمة أكثر منه نتيجة
- ب- نتيجة لخلق القيمة أكثر منه آلية
- ج- لا علاقة له بخلق القيمة
- د- لا علاقة له بمراحل التفاوض لإبرام صفقة الشراء

25. تعبر الرغبة في شراء بعض المنتجات المدعومة بإرادة الشراء وبالقدرة على الشراء، عن

- أ- العرض
- ب- الطلب
- ج- الشراء
- د- الكائن

26. توجه معظم الشركات في الولايات المتحدة وأوروبا الصناعية من بداية الثورة الصناعية وحتى حدود عام 1925، ضمن تطور مفهوم التسويق، كان توجهها

- أ- بالإنتاج
- ب- بالمبيعات
- ج- بالمستهلك
- د- تسويقيا متكامل

27. مرحلة تطور المفهوم التسويقي التي عرفت بأسواق البائع (المنتج) في العديد من الصناعات نظرا لتفوق الطلب على العرض، هي مرحلة التوجه

- أ- بالإنتاج
- ب- بالمبيعات
- ج- الأغلالي للتسويق
- د- التسويقي المتكامل

28. من مكونات الهيئة التسويقية الخارجية غير المباشرة (العامه)، للمنظمة

- أ- عناصر المزيج التسويقي
- ب- السكان
- ج- الموردون
- د- المنافسون

### تصوير سعود الشهراني

29. قرار شراء الخبز للعائلة كل صباح ، هو قرار

- أ- استراتيجي
- ب- معتد
- ج- روتيني
- د- تلقوي

30. يدخل ضمن الجماعات المرجعية الثانوية التي تؤثر في الشراء

- أ- الأسرة
- ب- الأصدقاء
- ج- النوادي
- د- الجيران

31. العملية التي من خلالها يقدّر الفرد وينظم ويترجم عناصر المعلومات الخارجية، من أجل تكوين صورة متكاملة عن العالم المحيط به، هي تعبير عن

- أ- الدافعية
- ب- الإدراك
- ج- الشخصية
- د- أثر التعلم

32. من الخصائص التي تتميز بها الأسواق الصناعية

- أ- كثرة وتلوع المشترين
- ب- مهنية واحترافية القلمون بالشراء
- ج- مرونة الطلب بشكل كبير
- د- تشتت الجغرافي للسوق

33. من المتغيرات التنظيمية المؤثرة في الشراء الصناعي

- أ- سياسات المنظمة
- ب- مستوى الطلب
- ج- الدورة الاقتصادية
- د- مستوى تكوين الأفراد بالمنظمة

34. مجموعة الأفراد والجماعات التي تتدخل في مسار القرار المتعلق بالشراء، وتتوزع في ما بينها الأهداف والمخاطر، هي تعبير عن

**تصوير سعود الشهرياني**

- أ- مركز الشراء
- ب- جهة المصادقة
- ج- جهة التأثير
- د- بيئة الشراء

35. أولى خطوات التجزئة السوقية هي

- أ- التنبؤ بالحصة السوقية للمنظمة
- ب- التنبؤ بالسوق الكامن
- ج- تحديد أسس تشكيل القطاعات السوقية
- د- التدقيق في الخلافات داخل القطاعات السوقية

36. ترتبط مرحلة التنبؤ بالحصة السوقية للمنظمة، في تجزئة السوق، بالطاقة الإنتاجية

- أ- للمنظمة
- ب- لقطاع نشاط المنظمة
- ج- للشركات المنافسة للمنظمة
- د- للاقتصاد القومي

37. ينتج عن التجزئة السوفية اختيار

- أ- قطاع سوقي واحد مستهدف.
- ب- قطاعين سوقيين مستهدفين.
- ج- أكثر من قطاع سوقي واحد مستهدف.
- د- قطاع سوقي واحد مستهدف أو أكثر.

38. تركز الكفاءة التسويقية كمؤشر للنشاط التسويقي، على

- أ- المدخلات.
- ب- الأرباح.
- ج- المخرجات.
- د- مدى تحقق النتائج التسويقية المسطرة.

39. تختص طريقة دلفي لتقدير الطلب بكونها

- أ- مجددة فقط في حال توفر المعلومات عن السوق.
- ب- بطرقة صليبا.
- ج- تتلجها عبر دقيقة.
- د- مبنية لمجموعة واحدة من المستهلكين.

40. يعرف عن سلع التسوق أن

- أ- معظم اسعارها منخفضة.
- ب- معظم اسعارها سريعة التغير.
- ج- هامش ربحها منخفض مقارنة بالميسرة.
- د- حصول العميل عليها سهل ودون جهد يذكر.

41. من الطرق السببية لتقديرات الطلب المتوقع

- أ- طريقة التقدير الفردي.
- ب- طريقة التقدير الجماعي.
- ج- نماذج الانحدار.
- د- استطلاع رأي المشتري.

تصوير سعود الشهراني

42. يتطلب اعتماد سياسة كشط السوق

- أ- توافر مميزات فريدة في السلعة.
- ب- أن تكون السوق أكثر حساسية للأسعار.
- ج- أن تكون السوق في حالة ركود اقتصادي.
- د- وجود منافسة شديدة في السوق.

الغسل الذي 1433/1434 هـ

نوع A

43. الطريق التي تسلكها الرسالة للوصول لمستقبلها، في تعبير عن

- أ- عملة الاتصال.
- ب- وسيلة الاتصال.
- ج- الاتصالات التسويقية.
- د- المعلومات المرتقة.

44. السماح لشركة لأخرى في بلد آخر باستعمال تقنية معينة طورتها الشركة المعنية أو باستخدام اسم تجاري، أو أي عنصر آخر لديه قيمة سوقية مقابل التوة، هو تعبير عن

- أ- العلامة التجارية.
- ب- الترخيص.
- ج- الشراكة.
- د- لا توجد إجابة صحيحة.

45. خلق الطلب مباشرة من المستهلك بتركيز الأنشطة الترويجية عليه، يدل على اعتماد استراتيجية

- أ- الدفع.
- ب- الجذب.
- ج- الدفع والجذب.
- د- الإيحاء.

46. اعتماد عدة أسعار موجهة لمختلف العملاء بالنسبة لنفس المنتجات، يعبر عن سياسة التسعير

- أ- المرن.
- ب- المزدوج.
- ج- التفاضلي.
- د- النفسي.

### تصوير سعود الشهراني

47. إذا كانت الشركة تعتمد على موظفيها وتتوقع تخفيض النشاط البيعي، فعليها اتباع استراتيجية

- أ- تخفيض القوة البيعية لديها.
- ب- المحافظة على رجال البيع الحاليين لديها.
- ج- التوسع في تعيين رجال بيع جدد.
- د- إضافة وكلاء جدد إلى جانب قواتها البيعية.

48. يندرج إيضاح الاستخدامات الجديدة للمنتج، ضمن الإعلان

- أ- الإخباري.
- ب- التنافسي.
- ج- التذكيري.
- د- التفضيلي.

49. جميع ما سياتي يدخل في طرق تملك المنتجات الجديدة ما عدا

- أ- اختراع المنظمة في برنامج يستهدف الاستيلاء على شركات قائمة
- ب- شراء المنظمة لبراءات اختراع تسعح لها باستغلال منتجات جديدة .
- ج- أن تصنع بموجب ترخيص المنتجات التي تهتمها.
- د- أن تطور المنظمة وتبتكر بنفسها منتجات جديدة.

50. توجيه مزيج تسويقي موحد لكامل أجزاء السوق ، هو تعبير عن استراتيجية

- أ- السوق الكلي.
- ب- التنوع.
- ج- التركيز.
- د- التوزيع المكثف.

مع التمنيات الطيبة بالتوفيق

تصوير سعود الشهراني

تمنياتي لكم بالتوفيق .. اخوكم سعود الشهراني