

7. كلما تفتحت الطبيعة القلبية للمنتج، كلما أدى ذلك إلى

- أ- زيادة عدد الوسطاء
- ب- تقويض عدد الوسطاء
- ج- الاستعداد لبقاء عن الوسطاء
- د- طول القناة التسويقية

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

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

9. أحد مكونات البنية التسويقية الخارجية المباشرة، للمنظمة هو

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

10. يغير تحديد الأسواق المستهدفة وإعداد المزيج التسويقي الكفيل بتحقيق هذه الأهم

تصوير سعود الشهيراتي

- أ- الاستراتيجية التسويقية
- ب- البنية التسويقية
- ج- البحوث التسويقية
- د- نظام المعلومات التسويقية

11. يستخدم المزيج التسويقي الرباعي غالباً 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 المحاسبي 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- التميز بطلب المستهلك.
- د- أسواق الاستهلاك.

15. وظيفة بحوث التسويق المنطقة فقط جمع وتقديم حقائق معينة عن المواضيع المدروسة، هي الوظيفة

- أ- الوصفية.
- ب- التفسيرية.
- ج- التشخيصية.
- د- التحليلية.

تصوير سعود الشهراني

16. يعتبر نظام المعلومات التسويقي عن بحوث التسويق يكونه

- 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 يصير المستهلك على شراء علامة معينة منها، وبمثل جهد أكبر للحصول عليها (كأمثلة مثلا)، وتشبع عادة حاجات معنوية أخرى إلى جانب 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 أدوات 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. تعد الرغبة في شراء بعض المنتجات المدعومة بزيادة الشراء وبالقدرة على الشراء، عن

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

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

- أ- الإنتاج
- ب- المبيعات
- ج- المبيعات
- د- التسويق المتكامل

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

- أ- الإنتاج
- ب- المبيعات
- ج- الأعلاني للتسويق
- د- التسويقي المتكامل

28. من مكونات البيئة التسويقية الخارجية غير المباشرة (العام)، للمنظمة

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

تصوير سعود الشهرياني

29. قرار شراء الخبز للعائلة كل صباح ، هو قرار

- أ- استراتيجي
- ب- محدد
- ج- روتيني
- د- ثانوي

30. يدخل ضمن الجماعات المرجعية الثانوية التي تؤثر في الشراء

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

السؤال الثاني 1452 و 1453 و 1454

31. العمىة التي من خلالها يختار الفرد وينظم وينجز عناصر المعلومات الخارجية، من أجل تكوين صورة متكاملة عن العالم المحيط به، هي تعبير عن

- أ- الادمانية.
- ب- الإدراك.
- ج- الشخصية.
- د- أثر التعلم.

32. من الخصائص التي تتميز بها الأسواق الصناعية

- أ- كثرة وتنوع المشترين.
- ب- مهنية واحترافية القلمين 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 الشهراني

- أ- مركز الشراء.
- ب- جهة المساندة.
- ج- جهة التأثير.
- د- بيعة 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 السوقية اختيار

- أ- قطاع سوقى واحد مستهدف.
- ب- فئات من سوقيين مستهدفين.
- ج- أكثر من قطاع سوقى واحد مستهدف.
- د- قطاع سوقى 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 دلفى لتقدير الطلب بكونها

- أ- مجددة فقط في حال توفر المعلومات عن السوق.
- ب- بطيئة صليبا.
- ج- تتأخرها غير دقيقة.
- د- مفضلة 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 كسب 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.

العدد الكلي: 433 / 1442021

81000

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

- أ- قناة الاتصال.
- ب- وسيلة الاتصال.
- ج- الاتصالات التسويقية.
- د- المعلومات المرتدة.

44. سماح شركة لأخرى في بلد آخر باستعمال تقنية معينة طورتها الشركة المعنية أو باستخدام اسم تجاري، أو أي عنصر آخر لديه قيمة سوقية مقابل التورق، 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 الشهرياتي

47. إذا كانت الشركة تعتمد على موظفيها وتوقع تخفيض النشاط البيعي، فعليه 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 قوتها البيعية.

48. يندرج إيضاح الاستخدامات الجديدة للمنتج، ضمن الإعلان

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

49. جميع ما سباني يمثل في طرق تملك المنتجات الجديدة ما عدا

- أ- نظراء المنظمة في برنامج استهداف الاستيلاء على شركات قائمة
- ب- شراء المنظمة لبراءات اختراع لتسمح لها باستغلال منتجات جديدة .
- ج- أن تصنع بموجب ترخيص المنتجات التي تصنعها.
- 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