

## السؤال ١

1. المستهلك التنظيمي يتكون من الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات للاستهلاك الشخصي.

صواب

خطأ

درجات 0.25

## السؤال ٢

1. في أغلب الأحوال يكون سلوك المستهلك سلوك اعتباطي وعشوائي.

صواب

خطأ

درجات 0.25

## السؤال ٣

١. يتسم سلوك المستهلك بالثبات، وتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي.

صواب

خطأ

## السؤال ٤

1. من المواضيع التي استفاد منها علم سلوك المستهلك من علم النفس موضوعات الدوافع والاتجاهات النفسية واثار دورة حياة الأسرة على القرارات الشرائية.

صواب

خطأ

درجات 0.25

### السؤال ٥

1. المستهلك التنظيمي عادة يشتري المنتج بكميات أكبر من المستهلك النهائي وكذلك تكون قراراته أقل رشداً ومنطق

صواب

خطأ

درجات 0.25

### السؤال ٦

1. كلما زادت البدائل المتاحة وتغيرت الموديلات والموضات والماركات وكلما كان المنتج يشتري لأول مرة، كلما كانت البيانات

المخزنة في ذاكرة المستهلك غير ملائمة لموقف الشراء وبالتالي زادت أهمية مصادر البحث الخارجية.

صواب

### السؤال ٧

1. لا يوجد أي علاقة بين الشراء الاندفاعي وبين صفات وخصائص المشتري.

صواب

خطأ

### السؤال ٨

١. ايا من التالي لا يعتبر من المصادر الخارجية للمعلومات:

A. برشورات المحل

B. إعلانات الشركة في الصحف

C. المعلومات الموجودة بداخل المحل

D. رجل البيع

E. التجربة السابقة

## السؤال ٩

١. جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي تزيد من الجهد المبذول في عملية التقييم بين البدائل ماعدا:

- A.
- عندما تكون البدائل معقدة
- B. ازدياد درجة المخاطرة المدركة
- C. ازدياد أهمية المنتج
- D. ارتفاع الحاجة للمنتج

درجات 0.25

## السؤال ١٠

١. جميع ما يلي يعتبر من العوامل التي أدت لزيادة الاهتمام بسلوك المستهلك ماعدا:

- A. تزايد الرغبة في حماية المستهلك من الشركات المنتج
- B. غياب المفهوم التسويقي الحديث.
- C. الحد من التلوث البيئي
- D. فشل نسبة كبيرة من المنتجات الجديدة
- E. قصر دورة حياة المنتج

## سلوك المستهلك – الواجب الثاني

كلما زادت أهمية المنتج وزادت الحاجة له كلما زاد الجهد المبذول في تقييم المنتج.  
**خطأ**

أسلوب الحذف في التقييم يعني أن المستهلك يضع حد أدنى لكل خاصية ويستبعد كل العلامات التي لا يتوفر فيها الحد الأدنى من كل الخواص.  
**خطأ**

الشراء الاندفاعي يزيد كلما زاد عدد المنتجات المشتراه.  
**صواب**

عندما يكون الاداء الفعلي أقل من الاداء المتوقع يكون هناك رضا تام.  
**خطأ**

الصراع النفسي حالة يمر بها العميل بعد الشراء تستطيع الشركة التخفيف من حدتها.  
**صواب**

العملاء الموالون لا يمرون بخطوة التقييم.  
**صواب**

أول مرحلة من مراحل القرار الشرائية التي يمر بها المستهلك:  
اختيار البديل الأفضل.  
إتمام الشراء.  
البحث عن المعلومات.  
**جميع الاجابات خاطئة**  
التخلص من المنتج.

جميع ما يلي يعتبر من المصادر الرسمية ماعدا:  
هيئة المواصفات والمقاييس.  
رجال البيع.  
البيانات المطبوعة على المنتج.  
**زملاء العمل.**  
موقع الشركة على الانترنت.

جميع ما يلي يعبر عن العلامات الموجودة في المجموعة المرفوضة ماعدا:  
**لا تتوفر للمستهلك اي معلومات عنها**  
علامات معروفة للمستهلك .  
علامات سبق تجربتها او سبق تكوين معلومات عنها .  
علامات المستهلك يأخذها في الاعتبار عند الشراء.  
جميع الاجابات صحيحة.

جميع ما يلي يعتبر من الصفات التي تنطبق على المصادر الداخلية للمعلومات ماعدا:  
معلومات غير شاملة.  
جميع الاجابات خاطئة.  
معلومات سريعة.  
**معلومات دقيقة.**  
معلومات غير مكلفة.

1. الصورة الذهنية الموجودة في ذهن المستهلك أحيانا تكون أهم من المميزات الموجودة في المنتج.

صح

2. إذا كانت الميزة الموجودة في المنتج غير مهمة لمدير التسويق فهي فعلا غير مهمة للمستهلك.

خطأ

3. من الاستراتيجيات الناجحة في بناء الموقع التنافسي مهاجمة الموقع التنافسي للعلامة الشركة القائدة.

خطأ

4. كلما كان الموقع التنافسي مناسباً لكل الناس كان أفضل.

خطأ

5. التوسع في خط المنتجات يزيد من قوة الموقع التنافسي.

خطأ

**SOONAA**

## الواجب الرابع سلوك المستهلك حنان آل حيان

### السؤال ١

1. يعتبر مفهوم الطبقة الاجتماعية مفهوم غامض وواسع وغير محدد لذلك . فإن استخدامه في تحليل سلوك المستهلك قد يؤدي إلى نتائج خاطئة

**خطأ**

### السؤال ٢

1. التمييز بين أنواع الأسر ليس له أي أهمية من الناحية التسويقية .

**خطأ**

### السؤال ٣

1. ملابس الزوجة، ملابس الأطفال، قرارات الاستثمار، كلها تعتبر من القرارات الشرائية التي يغلب على اتخاذها الزوجة .

**خطأ**

### السؤال ٤

1. جميع ما يلي يعتبر من الأسباب التي تجعل الشركات تميل إلى توجيه اعلاناتها التجارية نحو الأطفال :  
ما عدا

A. تذكر الأطفال للأعلان يكون أكثر .

b. معدل مشاهدة الأطفال للتلفاز أعلى .

**c. القوة الشرائية للأطفال أعلى .**

d. ردود أفعالهم الايجابية أفضل .

### السؤال ٥

1. عندما تستخدم الشركات النجوم أو المشهورين في مجال معين فهذا مثال على محاولة التأثير على :  
سلوك المستهلكين باستخدام

a. الأسرة

b. الطبقة الاجتماعية

**c. الجماعة المرجعية .**

d. ثقافة المجتمع

e. ليس شيئاً مما سبق