

السؤال ١

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

خطأ

تصحيح الخطأ المستهلك الفردي

السؤال ٢

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

خطأ

تصحيح الخطأ سلوك المستهلك ليس اعتباطيا او عشوائيا وانما يحكمه ويوجهه هدف او مجموعه اهداف ترمى الى اشباع حاجات غير المشبعة حاليا

السؤال ٣

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

خطأ

لا يتسم سلوك المستهلك بالثبات هي انشطه وتصرفات التي يقدم عليها المستهلكون اثناء بحثهم عن السلع ولا تتطابق سلوك المستهلك التنظيمي وسلوك المستهلك الفردي بل تختلف من ناحية الكمية وطريقه اتخاذ قرار الشرا وعدد الاشخاص المشاركين في اتخاذ القرار والمعايير المستخدمه للتقييم

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

خطأ تصحيح الخطأ علم الاجتماع

السؤال ٥

المستهلك التنظيمي عادة يشتري المنتج بكميات أكبر من المستهلك النهائي وكذلك تكون قراراته أقل رشداً ومنطقاً

تصحيح الخطأ تكون قراراته بأليه معينه وخطوات واكثر رشداً ومنطقاً ومعايير مستخدمه للتقييم

خطأ

- السؤال ٦** 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.

خطأ

تصحيح الخطأ يوجد علاقة بين صفات وخصائص المشتري والشراء الاندفاعي فهو نوع من الشراء العفوي غير مخطط سابقا

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

السؤال ١٠ 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 الجديده
 E. قصر دورة حياة المنتج