

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** ((مفهوم الطبقات الاجتماعية تساعد في تحليل سلوك المستهلك وتؤدي لنتائج مؤثره في سلوكنا الشرائي))

السؤال ٢

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

خطأ ((له اهميه))

السؤال ٣

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

خطأ ((قرارات الاستثمار يتخذها الزوج))

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 المشهوريين 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 .