

اسئلة الفصل الاول من عام ١٤٣٥/١٤٣٦ هـ - مقرر ادارة التسويق

- ١- الوسطاء الذين تكون السلعة موضع التعامل في حيازتهم، ويحتفظون بها كأمانة في ذمة الموكل لحين إبرام الصفقة، هم:
- أ- تجارة الجملة
ب- تجار التجزئة
ج- الوكلاء بالعمولة
د- السماسرة
- ٢- ينظر للطلب على الكهرباء والهاتف على أنه طلب:
- أ- منتظم مع العرض
ب- غير منتظم مع العرض
ج- لا علاقة له بالعرض
د- لا توجد إجابة صحيحة
- ٣- يتم التعرف على نقاط القوة والضعف بالمنظمة من خلال تحليل بيئتها التسويقية:
- أ- الداخلية
ب- التنافسية
ج- الخارجية المباشرة
د- الخارجية غير المباشرة
- ٤- يتعلق تحليل الدخل القومي بتحليل بيئة التسويق:
- أ- الداخلية
ب- التنافسية
ج- الخارجية المباشرة
د- الخارجية غير المباشرة
- ٥- العنصر المعني بالعلامة التجارية والتعبئة والتغليف ضمن عناصر المزيج التسويقي، هو:
- أ- المنتج
ب- التسعير
ج- التوزيع
د- الترويج
- ٦- يعبر مجموع الأفراد والمنظمات التي تقتني السلع والخدمات من أجل إنتاج منتجات أخرى، عن:
- أ- أسواق الاستهلاك
ب- السوق الصناعي
ج- الشراء النهائي
د- الأسواق الحرة
- ٧- عندما تتوافق حاجات ورغبات العملاء مع ما يقدمه المنتج من منافع، يستخدم رجال البيع:
- أ- استراتيجية التعزيز
ب- استراتيجية التغيير
ج- استراتيجية التعديل
د- استراتيجية التنويع

- ٨- يدخل ضمن ابتكار المنتجات الجديدة:
- انخراط المنظمة في برنامج يستهدف الاستيلاء على شركات قائمة
 - تطوير داخلي للمنتجات نتيجة سياسة تعاقدية تقوم على الاستعانة بباحثين مستقلين
 - أن تصنع المنظمة بموجب ترخيص المنتجات التي تهتمها
 - شراء براءات اختراع تسمح للمنظمة باستغلال منتجات جديدة
- ٩- المنتجات التي تكون في أصل خلق أسواق جديدة، تعبر عن:
- المنتجات الجديدة تماما
 - الخطوط الجديدة للمنتجات
 - التوسع في خطوط المنتجات
 - المنتجات الجديدة الأقل سعرا
- ١٠- تدل الوسيلة المفضلة لتلبية حاجة معينة لدى الفرد على:
- المنتج
 - الخدمة
 - الرغبة
 - المنفعة
- ١١- مجال بحوث التسويق المتعلقة باختيار وتقييم فعالية اسلوب تنشيط المبيعات هو بحوث:
- المستهلك
 - المنتج
 - الترويج
 - التوزيع
- ١٢- عملية تقسيم السوق الكلي إلى عدة قطاعات سوقية متجانسة بهدف خدمتها، هي تعبير عن:
- الاستراتيجية التسويقية
 - التجزئة السوقية
 - دراسة السوق
 - بحوث التسويق
- ١٣- تعتبر عملية التنبؤ عملية صعبة، خاصة
- في حالة التأكد التام
 - إذا كانت الفترة المعينة بالتنبؤ قصيرة
 - في حالة البيئة الديناميكية
 - لا توجد إجابة صحيحة
- ١٤- تتمثل الخطوة الأخيرة للتجزئة السوقية، في:
- التنبؤ بالسوق الكامن
 - اختيار القطاع السوقي المستهدف
 - التنبؤ بالحصص السوقية
 - التدقيق في الخلافات داخل القطاعات السوقية.

١٥- ارتباط الخدمة بمقدمها ، هو تعبير عن خاصية:

- أ -عدم الملموسية
- ب -عدم القابلية للتخزين
- ج -التلازمية
- د -لا توجد إجابة صحيحة

١٦- يعبر عدد اشكال المنتج في خط إنتاجي واحد، عن مفهوم:

- أ -تناسق المزيج السلعي
- ب -تكامل المزيج السلعي
- ج -عمق المزيج السلعي
- د -نظام المزيج السلعي

١٧- تتمثل إحدى خصائص مرحلة التقديم لدورة حياة المنتج، في:

- أ -التوسع الكمي في الانتاج
- ب -تطوير المنتج من حيث خصائصه واشكاله
- ج -زيادة نسبة الارباح وحجمها
- د -ارتفاع تكاليف الترويج

١٨- كيفية استجابة الطلب عندما يتغير السعر بوحدة واحدة هي تعبير عن:

- أ -التسعير
- ب -التسعير المرن
- ج -المرونة السعرية
- د -الطلب الفعال

١٩- مجموعة المؤسسات أو الأفراد القائمين بمجموعة من الوظائف الضرورية والمرتبطة بعملية تدفق المنتجات من

- المنتجين إلى العملاء، هي تعبير عن:
- أ -القناة التسويقية
- ب -التوزيع المادي
- ج -التوزيع
- د -المنتجين

٢٠- خطوة تطوير المنتج المعنية بتحديد حجم وهيكل وسلوك السوق المستهدف والتموضع هي:

- أ -التحليل الاقتصادي
- ب -اعداد المنتج
- ج -اعداد استراتيجية التسويق
- د -اختبارات السوق

٢١- تتعلق الفعالية التسويقية:

- أ -بمدى تحقق النتائج التسويقية المسطرة
- ب -بمدى استغلال الموارد التسويقية المتاحة
- ج -بالاهتمام اساسا بمدخلات نظام التسويق
- د -بالاهتمام اساسا بعمليات نظام التسويق

- ٢٢- يدل الاحتمال الاقصى للطلب على منتج معين، ضمن تقديرات الطلب على مفهوم:
 أ-الطاقة الاستيعابية للسوق
 ب-الطاقة القصوى للطلب على منتجات المنظمة
 ج-الطلب الجاري
 د-التقدير المتوقع للسلع
- ٢٣- بالنظر إلى عادات الشراء/ فإن شراء كاميرا أو سيارة يدخل ضمن:
 أ-السلع الميسرة
 ب-سلع التسوق
 ج-السلع الخاصة
 د-السلع الاضطرارية
- ٢٤- من خصائص الاستراتيجية التسويقية لمرحلة النمو حياة المنتج:
 أ-ميل الاسعار على الارتفاع التدريجي
 ب-الانكماش في قنوات التوزيع
 ج-ميل الترويج الى الاعلان التذكيري
 د-تطوير المنتج من حيث خصائصه واشكاله
- ٢٥- يتحد المستوى الادنى للسعر عادة على اساس:
 أ-الطلب
 ب-المنافسة
 ج-التكاليف
 د-السوق
- ٢٦- من أنواع التقديرات الشخصية للطلب المتوقع:
 أ-طريقة دلفي
 ب-نماذج الانحدار
 ج-المؤشرات القيادية
 د-السلاسل الزمنية
- ٢٧- تتمثل الاستراتيجية المستخدمة في تسويق سلع التسوق مقارنة بالسلع الميسرة في:
 أ-توزيع السلعة في أكبر عدد من متاجر التجزئة
 ب-توفير السلعة في عدد أقل من متاجر التجزئة
 ج-اعتماد استراتيجية التوزيع المكثف
 د-عرض السلعة بأسعار منخفضة
- ٢٨- مما تتميز به الاسواق الصناعية مقارنة باسواق الاستهلاك هو:
 أ-محدودية وقلّة عدد المتدخلين في عملية الشراء
 ب-كثّر الوسطاء
 ج-مهنية واحترافية القائمين بالشراء
 د-مرونة الطلب وتأثره كثيرا بتغيرات الاسعار

٢٩- إحدى المتغيرات التنظيمية المؤثرة في الشراء الصناعي هي:

أ-مركزية القرار

ب-مستوى الطلب

ج-المنافسة

د-المسؤوليات المهني والشخصية التي سبق للمشتري تقلدها

٣٠- الذي يتولى تنفيذ اجراءات الصفقة في أدوار الشراء هو:

أ-المبادر

ب-متخذ القرار

ج-القائم بالشراء

د-المؤثر

٣١- البحث في سبب فشل جهود التحصيل مع العملاء هو من اختصاص وظيفة بحوث التسويق:

أ-التنبؤية

ب-التشخيصية

ج-الوصفية

د-لا توجد إجابة صحيحة

٣٢- معيار تقييم قنوات التسويق البديلة لقياس حرية المنتج في التكيف مع الظروف المتغيرة هو:

أ-المعيار الاقتصادي

ب-معيار المرونة

ج-معيار السيطرة

د-معيار المتابعة والتحكم

٣٣- جميع ما يلي ينطبق على الاعلان ماعدا:

أ-هو اتصال غير شخصي لنقل المعلومات

ب-هو اتصال غير مباشر لنقل المعلومات

ج-هو اتصال لا يتم في الافصح عن هوية المعلن

د-هو اتصال يستخدم في مناحي مختلفة للحياة

٣٤- الاستراتيجية المبنية على اسلوب الاقناع المبسط القائم على جذب المستهلكين بلغة الحوار هي:

أ-استراتيجية الدفع

ب-استراتيجية الجذب

ج-استراتيجية الدفع والجذب

د-استراتيجية الايحاء

٣٥- يؤكد الخبراء على أن التسويق:

أ-يخلق الحاجات

ب-يلزم الافراد بالشراء

ج-يفرض الوسيلة الملائمة لتلبية الحاجات

د-يؤثر على الرغبات

٣٦- جميع ما يلي حول التبادل صحيح ما عدا:

- أ- كل طرف من اطراف التبادل يمتلك حاجة يمكن أن تكون ذات قيمة للآخر
- ب- التبادل هو مرحلة من مراحل التفاوض
- ج- يعتبر التبادل آلية لخلق القيمة أكثر من نتيجة
- د- لا يحق لأي طرف من أطراف التبادل أن يرفض عرض الآخر

٣٧- المرحلة التي عرفت بأسواق البائع أو المنتج ضمن مراحل تطور المفهوم التسويقي نظرا لتفوق الطلب على العرض هي مرحلة التوجة:

- أ- بالانتاج
- ب- بالمبيعات
- ج- بالسوق
- د- بالمستهلك

٣٨- من أهم ما تميزت به مرحلة التسويق المتكامل ضمن مراحل تطور المفهوم التسويقي هو:

- أ- أن كل ما ينتج يباع
- ب- تفوق الطلب على العرض
- ج- اقامة علاقات مع السوق وعناصر التسويق على المدى الطويل
- د- الانتاج اولاً، ثم اقتناع العملاء بالشراء بعد ذلك

٣٩- توصيف الخدمات المتاحة التي يمكن للمنظمة تقديمها يدخل ضمن اغراض الاعلان:

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

٤٠- عندما نريد التعبير عن العرض في التسويق فإننا نستخدم عبارة:

- أ- الصناعة
- ب- السوق
- ج- الطلب
- د- المشترين

٤١- تتمثل إحدى خصائص قرار الشراء الروتيني في كونه:

- أ- يتعلق بمنتج شديد التعقد تكنولوجيا
- ب- لا يمثل موضوع الشراء المتعلق به أهمية كبيرة
- ج- يحتاج الى قدر كبير من المعلومات الداخلية والخارجية
- د- يتميز بصعوبة المشكلة

٤٢- يتمثل أحد انواع الجماعات المرجعية الثانوية في:

- أ- الاصدقاء
- ب- الجيران
- ج- زملاء العمل
- د- الجمعيات والنوادي

- ٤٣- إذا اشترى أحد العاملين في شركة ما سيارة لفائدته الشخصية كان مشتريا:
 أ -نظاميا
 ب -صناعيا
 ج -نهائيا
 د -نظاميا وصناعيا في نفس الوقت
- ٤٤- يتشكل الحد الاعلى للسعر عادة على اساس:
 أ -المنافسة
 ب -توجهات الادارة
 ج -تكاليف المنظمة
 د -الطلب وتوجهات السوق
- ٤٥- كلما تعقدت الطبيعة الفنية للمنتج كلما أدى ذلك إلى:
 أ -زيادة عدد الوسطاء
 ب -طول القناة التسويقية
 ج -تقليص عدد الوسطاء
 د -صعوبة رقابة وقيادة القناة التوزيعية
- ٤٦- تعتمد سياسة التسعير المعروفة بكشط السوق عندما:
 أ -يكون بإمكان المنظمة خفض التكاليف لزيادة المبيعات
 ب -تكون السوق حساسة جدا تجاه الاسعار
 ج -تتوافر مميزات فريدة في السلعة
 د -تكون المنظمة امام منافسين متميزين واقوياء
- ٤٧- عنصر المزيج التسويقي الذي تدرج ضمنه ترقية المبيعات هو:
 أ -المنتج
 ب -التسعير
 ج -التوزيع
 د -الترويج
- ٤٨- وظيفة بحوث التسويق التي تهتم بجمع وتقديم حقائق معينة عن المواضيع المدروسة هي:
 أ -الوظيفية الوصفية
 ب -الوظيفية التشخيصية
 ج -الوظيفية التحليلية
 د -الوظيفية التنبئية
- ٤٩- تمتاز بحوث التسويق عن نظام المعلومات التسويقي بكونها:
 أ -ذات مشكلات متكررى
 ب -مصادرها داخلية وخارجية
 ج -مستمرة عبر الزمن
 د -اساسها المشروع أو البرنامج
- ٥٠- تتمثل إحدى اعتبارات اختيار قنوات التوزيع الخاصة بالسوق في:
 أ -مدى تركيز العملاء وانتشارهم
 ب -حجم المشروع وشهرته وخبرته الادارية
 ج -الرغبة في رقابة وقيادة القناة التوزيعية
 د -الطبيعة الفنية للمنتج