

حل إدارة التسويق الفصل الثاني ١٤٣٦ – نموذج E – لدكتور: أحمد بلالي

١- التقدير المتوقع للسوق أو (الطلب الجاري) هو تعبير عن :

أ-حجم الطلب الممكن تحقيقه فعلا خلال فتره معينه . الملخص ص ٣٠

ب-اقصى حجم طلب يمكن الشركه تحقيقه

ج-الاحتمال الاقصى للطلب على منتج معين

د-نسبه معينه من حجم الطلب المتوقع

٢- الاعلان الذي يقدم للسوق معلومات عن التغيرات الحاصله في اسعار المنتج هو اعلان :

أ-تذكيري

ب-تفضيلي

ج-اخباري ملخص ص ٥٥

د-تنافسي

٣- تمتاز الاعلانات التلفزيونيه بمقارنه بالصحف كونها:

أ- لديها مرونة كبيره في تغيير الاعلان في حاله الخطاء

ب-اقل تكلفه

ج-ذات سرعه كبيره في متابعه الحدث..... ملخص ص ٥٦

د-لايحتاج تصميمها الى خبرات وكفاءات متميزه

٤- تستخدم استراتيجيه التغيير في التعامل مع العملاء عندما :

أ-لاتتوافق حاجات ورغبات العملاء بدرجة كافيه مع مايقدمه المنتج من منافع.

ب-يكون هناك اختلاف جوهري بين حاجات ورغبات العملاء ومايقدمه المنتج من منافع ملخص ص ٥٨

ج- تتوافق حاجات ورغبات العملاء مع مايقدمه المنتج من منافع

د-يكون من المناسب تعديل هيكل رغبات العملاء

٥- تبعا لدرجة تعقد القرار التسويقي فانه ينظر لقرار شراء جهاز التلفاز للعائله على انه قرار :

أ-روتيني

ب-متوسط التعقيد..... ملخص ص ١٦

ج-صعب ومعقد

د- لايتحتاج الى أي قدر من المعلومات

٦- الوسيله المفضله لتلبيه حاجه معينه لدى الانسان تدرج في التسويق ضمن :

أ-الحاجات

ب- الضروريات

ج-الكماليات

د-الرغبات ملخص ص ١

٧- القدره المحصله من المنتج لتلبيه احتياجات معينه تعبر عن مفهوم :

أ-التكلفه

ب-القيمه ملخص ص ١

ج-الحاجه

د-الرغبه

٨ - المفهوم المستخدم في التسويق للتعبير عن السوق:

أ-العرض

ب- الطلب ملخص ص ٢

ج-الصناعه

د-القطاع

٩- مرحله تطور مفهوم التسويق التي تمتد من بدايه الثوره الصناعيه وحتحدود عام ١٩٢٥ هي مرحله التوجه :

أ-بالانتاج ملخص ص ٣

ب-التسويقي

ج-بالمستهلك

د-الاجتماعي

١٠-خطوات تطوير وطرح المنتجات الجديده التي تهتم بتقدير المبيعات والتكاليف والارباح:

أ-اختبارات السوق

ب-التحليل الاقتصادي ملخص ص ٦٥

ج-اعداد المنتج

د-اطلاق المنتج

١١ - العملية التي من خلالها يختار الفرد وينظم ويترجم عناصر المعلومات الخارجية لكي يكون صوره متكامله عن محيطه هي تعبير عن مفهوم :

أ-التعلم

ب- الادراك..... ملخص ص ١٨

ج-اثر تجربه

د-اثر المعتقدات والمسلّمات

١٢ - يشكل احد الجماعات المرجعيه الثانويه التي ينتمي لها المستهلك :

أ - الاسره

ب-الابطال والنجوم الرياضيين

ج-النوادي..... ملخص ص ١٧

د-الجيران

١٣ -يطلق على الشخص الذي يحدد ما الذي يجب فعلا ان نشترى ويحدد وقت الشراء :

أ-المؤثر

ب-المبادر

ج-ممتد القرار..... ملخص ص ١٥

د- القائم بالشراء

١٤ -يصنف الترويج في نموذج السلوك الشرائي للمستهلك ضمن المؤثرات :

أ- الداخليه

ب- التجاريه..... ملخص ص ١٧

ج-الاجتماعيه

د-التشريعيه

١٥ -يطلق على استراتيجيه تقديم مزيج تسويقي واحد لكامل السوق :استراتيجيه

أ-تجزئه السوق

ب-السوق الكلي..... ملخص ص ٢٦

ج-التركيز السوقي

د-التعدد

١٦ -ينظر الى عمليه التنبؤ على انها عمليه صعبه ومعقده خاصه في حاله:

أ-ظروف التأكد التام

ب-قصر الفتره المعنيه للتنبؤ

ج-بيئه تتميز بالديناميكيه الشديده..... ملخص ص ٢٨

د-.....

١٧- ان المزيج التسويقي الرباعي هو المستخدم غالبا

أ-تسويق السلع الماديه..... ملخص ص ١١

ب-تسويق الخدمات

ج-تسويق المصرفي

د-تسويق الاخضر

١٨- يامثل احد العناصر المصنفة ضمن العوامل الشخصية المؤثره على الشراء في:

أ-المكانه الاجتماعيه

ب-المهنه..... ملخص ص ١٨

ج-الادافعيه

د-الادراك

١٩- عندما يقوم موظف ما بشراء آله ما تخصص لاستخدامات الشركه فهذا يندج ضمن الشراء :

أ-الشخصي

ب-النهائي

ج-الصناعي..... ملخص ص ٢٠

د-الاستهلاكي

٢٠- من خصائص الشراء النظامي التي يتميز بها عن الشراء العادي (الاستهلاكي):

أ-كثره اعداد المشتريين

ب-قله المتدخلين في عمليه الشراء

ج-المرونه الكبيره للطلب

د-الشراء المباشر من الصنعيين في الغالب..... ملخص ص ٢١

٢١- تطلق تسميه جهه المصادقه على الشراء في المنظمه على الجهه التي:

أ-تؤول اليها سلطه اتخاذ القرار الفعليه في اختبار الموردين

ب-تعطي موافقتها على تمرير طلب الشراء..... ملخص ص ٢٢

ج-تتحكم بالمعلومات عن السوق داخل المنظمه

د-توكل اليها رسميه مسؤوليه التفاوض حول شروط الشراء

٢٢-التوسع الراسي في عدد اشكال المنتج في خط انتاجي واحد :

أ-نطاق المزيج السلعي

ب-عمق المزيج السلعي..... ملخص ص ٣٤

ج-تناسق المزيج السلعي

د-تكامل المزيج السلعي

٢٣-تمتاز المرحله الاولى (التقديم من دورة حياه المنتج بخاصيه:

ا-انخفاض تكاليف الانتاج

ب-انخفاض الارباح..... ملخص ص ٣٥

ج-التوسع الكمي في الانتاج

د-التوسع النوعي في الانتاج

٢٤-وضع اسعار جدا عاليه للمنتجات الجديد في البدايه ثم تخفيضها تدريجيا عندما يدخل المنافسون الى السوق ، تعبیر عن سياسه:

ا-التسعير النفسي

ب-التسعير المرن

ج-كشط السوق..... ملخص ص ٤٣

د-اختراق السوق

٢٥-من مكونات البينه التسويقيه الخارجيه المباشره للمنظمه:

ا-الوسطاء..... ملخص ص ٩

ب-القوانين والتشريعات الحكوميه

ج-الموارد البشريه للمنظمه.

د-العوامل الاجتماعيه والثقافيه

٢٦-يمكن تعريف الاستراتيجيه التسويقيه على انها :

أ-تحديد الاسواق المستهدفه واعداد المزيج التسويقي الملازم لبلوغها..... ملخص ص ١٠

ب-مجموع التطورات البيئيه التي تؤثر على المنظمه

ج-الممارسات التسويقيه الهادفه للحصول على اكبر حصه سوقيه

د-اختبارات السوق لأجل اختيار القطاع المستهدف

٢٧-يعبر عن مفهوم الفعاليه التسويقيه :

ا-مدخلات النظام التسويقي

ب-عمليات النظام التسويقي

ج-تحقق الاهداف التسويقيه المحدده سلفا..... لا توجد اجابة بالنص ولكن الاقرب لها ملخص ص ٢٩

د-الاقتصاد في استغلال الموارد التسويقيه المتاحة

٢٨-تحديد اهداف المنظمه وغايتها البعيده وتخصيص الموارد والادوار المؤديه لبلوغها هوو تعبير عن :

ا-ثقافه المنظمه

ب-بيئه المنظمه

ج-استراتيجيه المنظمه..... ملخص ص ١٠

د-التجزئه السوقيه للمنظمه

٢٩-عصر المزيج التسويقي الذي يهتم بعملية التعبئة والتغليف هو:

ا-المنتج..... ملخص ص ١٠

ب-السعر

ج-التوزيع

د-الترويج

٣٠-وظيفه بحوث التسويق التي تكتفي بجمع وتقديم حقائق معينه عن المواضيع المدروسه ، هي
الوظيفه:

ا-الوصفيه..... ملخص ص ١٣

ب-النبويه

ج=التحليليه

د-التشخيصيه

٣١-سياسه التسعير المعتمده عاده في السوق الصناعيه:

ا-النفسي

ب-المزدوج

ج-الجغرافي

د-التفاوضي..... ملخص ص ٤٤

٣٢- تتميز بحوث التسويق عن نظام المعلومات التسويقية بكونها :

أ- ذات مشكلات متكرره

ب- ذات مصادر معلومات داخلية وخارجيه

ج- ذات طبيعته مستمره زمنيا

د- ذات مشكلات محدده..... ملخص ص ١٤

٣٣- يطلق على الشخص الذي يقترح لأول مره فكره الشراء:

أ- المؤثر

ب- المبادر..... ملخص ص ١٥

ج- متخذ القرار

د- القائم بالشراء

٣٤- عندما تستهدف بحوث التسويق معرفه سبب عدم فعاليه الجهود الترويجيه فهي تقوم بوظيفتها :

أ- الوصفيه

ب- التشخيصيه..... ملخص ص ١٣

ج- التنبؤيه

د- التوقعيه

٣٥- التسويق المباشر هو من مجالات سياسه

أ- المنج

ب- التسعير

ج- التوزيع

د- الترويج..... ملخص ص ١٠

٣٦- تشير مجموعات المؤسسات او الافراد الذي يقومون بالهذائف الضروريه والمرتبطة بعملية تدفق المنتجات من المنتجين الى العملاء:

أ- التوزيع

ب- التسويق

ج- القناه التسويقيه..... ملخص ص ٤٦

د- هيكل التوزيع المادي

٣٧-يتمثل احد انواع المؤسسات التوزيعيه المندرجه ضمن المؤسسات الرظائفيه للتوزيع في:

ا-تجار التجزئه

ب-تجار الجملة

ج-تجار الجملة ونصف الجملة

د-وكلاء بالعموله..... ملخص ص ٤٦

٣٨-تشير الطريقه التي من خلالها يتم التوصل الى الاهداف التسويقيه:

ا-تحليل السوق المستهدف..... ملخص ص ١٠

ب-تجزئه السوق

ج-الاستراتيجيه التسويقيه

د-بحوث التسويق

٣٩-الوسطاء الوكلاء الذين يقومون بالتفاوض على اعمال بيع وشراء السلع دون ان تكون في حيازتهم او ملكيتهم هم :

ا-الوكلاء السماسره..... ملخص ص ٤٦

ب-الوكلاء بالعموله

ج-تجار الجملة

د-تجار التجزئه

٤٠-عنصر عمليه الاتصال الذي يتعرف من خلاله المرسل على مدى تأثير رسالته هو:

ا-وسيله الاتصال

ب-التغذيه العكسيه..... ملخص ص ٥١

ج-الرساله

د-المرسل

٤١-يتمثل احد اعتبارات اختيار قنوات التوزيع الخاصه بالمنظمه في :

ا-الرغبه في رقابه وقياده القناه التوزيعيه..... ملخص ص ٤٨

ب-عادات الشراء

ج-قابليه المنتج للتلف

د-مدى تركيز العملاء وانتشارهم

٢٤- تسمى السلع الذي يشتريها الشخص لغرض الاستخدام الشخصي او لاسرته بالسلع:

ا-الاستهلاكيه..... ملخص ص ٣٣

ب-الانتاجيه

ج-الضروريه

د-الاظطراريه

٣٤- من خصائص سلع التسوق مقارنة بالسلع الميسره كونها:

ا-لا تتطلب جهدا من المستهلك في الحصول عليها

ب-ذات اسعار ثابتة ومستقره

ج-ذات اسعار جد منخفضه

د-ذات هامش ربح كبير..... ملخص ص ٣٣

٤٤- تهتم المنظمه بدراسه وتحليل بينتها التسويقيه الداخليه لاجل التعرف على :

ا- الفرص والمخاطر

ب-نقاط القوه والضعف..... ملخص ص ٨

ج-توجهات المنافسه

د-اتجاهات الطلب

٥٤- يكون من المناسب اعتماد سياسه اختراق السوق السعريه من قبل المنظمه:

ا-عندما تكون اسعار السوق غير حساسه

ب-اذا توفرت مميزات فريده في السلعه

ج-في حاله عدم وجود منافسه عاليه

د-عندما تكون السوق اكثر حساسيه لاسعار..... ملخص ص ٣٤

٦٤- ينظر للاعلان كأحد عناصر المزيج الترويجي على انه عمليه اتصال :

ا-شخصي

ب-مباشر

ج-يستخدم في مناحي مختلفه للحياه..... ملخص ص ٥٢

د-عندما تكون السوق اكثر حساسيه لاسعار

٤٧- من مميزات مرحله التوجه التسويقي كمرحلة لتطور التسويق :

ا-توازن العرض والطلب

ب-تفوق العرض على الطلب..... ملخص ص ٤

ج-تفوق الطلب على العرض

د-ان كل ماينتج يباع

٤٨- يقصد بالاحتمال الأقصى على ال منتج معين

ا-الطاقة القصوى لانتاج المنظمه

ب-الطاقة الاستيعابية للسوق..... ملخص ص ٣٠

ج-الحصة السوقية للمنظمه

د-متوسط كميته الشراء

٤٩- تبعا لعادات الشراء فان شراء الشخص السلع التي يصر المستهلك على شراء علامه معينه منها (سياره او كاميرا) يصنف ضمن شراء :

ا- السلع الميسره

ب-سلع التسوق

ج-السلع الاظطراريه

د- السلع الخاصه..... ملخص ص ٣٣

٥٠-يتعلق مصطلح الكفاءه التسويقيه :

ا-المخرجات

ب-بمدى تحقق النتائج

ج-بالعمليات

د- بمدى استغلال الموارد..... ملخص ص ٢٩

أنتهت الاسأله

تصوير الاسأله : سلطان الاداره

كتابه الاسأله : زمان الصمت

حل وتنسيق الملف : TURKI 1400

الحلول من ملخص (شيء اخر) ١٤٣٥

٢٠١٥-٥-١٦

١٤٣٦-٧-٢٧

