

أسئلة إدارة التسويق الفصل الاول لعام 1437 هـ - نموذج E

1- تبعا لعادات الشراء , فإن سلعا تتطلب جهدا في الحصول عليها , ولا ترتبط عادة بعلامة معينة , كالاثاث الكنزلي , تصنف ضمن :

أ- السلع القصيرة

ب- السلع الخاصة

ج- السلع اضطرارية

**د- سلع السوق**

2- من المميزات الأساسية لمرحلة التوجه بالمستهلك :

**أ- تفوق العرض على الطلب**

ب- تفوق الطلب على العرض

ج- تساوي العرض مع الطلب

د- تناقص العرض

3- تقوم المنظمة بتحليل بيئتها الخارجية لأجل تحديد :

أ- ثقافتها التنظيمية

ب- نقاط القوة والضعف

**ج- الفرص والمخاطر**

د- مدى فعالية الوظيفة التسويقية

4- العنصر الذي يضمن اعتبارات اختيار قنوات التوزيع الخاصة بالسوق , هو :

أ- طبيعة المنتج

**ب- مدى تركيز العملاء وانتشارهم**

ج- حجم المشروع وشهرته

د- قيمة وحدة المنتج

5- يطلق على الوسطاء الوكلاء الذين يقومون بالتفاوض على اعمال بيع وشراء السلع دون أن تكون في حيازتهم أو ملكيتهم , اسهم :

أ- تجار الجملة

ب- تجار التجزئة

**ج- الوكلاء السماسرة**

د- الوكلاء بالعمولة

6- معيار تقييم قنوات التوزيع البديلة الذي يقيس أثر التوزيع على ربحية المنشأة , هو :

**أ- المعيار الاقتصادي**

ب- معيار المرونة

ج- معيار التحكم والمتابعة

د- معيار السيطرة

7- يتمثل احد المؤثرات التجارية على سلوك المستهلك , في :

أ- التشريعات الحكومية

**ب- المنتج**

ج- الدخل القومي

د- التضخم النقدي

8- العنصر الذي يعكس احد مكونات العلبة السوداء للمستهلك في نموذج سلوك , هو :

أ- المؤثرات التجارية

**ب- خصائص المشتري**

ج- التوزيع

د- العوامل الاقتصادية

9- انواع السلع والخدمات المنتجة في المنظمة , أو عدد خطوط منتجاتها , يطلق عليها في التسويق عبارة :

أ- المزيج السلعي

ب- عمق المزيج السلعي

**ج- نطاق المزيج السلعي**

د- تناسق المزيج السلعي

10- تتمثل إحدى الخصائص التسويقية لمرحلة تقديم المنتج , في:

**أ- الارتفاع في تكاليف الترويج**

ب- زيادة نسب الارباح

ج- ارتفاع المبيعات

د- التوسع في قنوات التوزيع

11- تعرف السياسة التي يتم بموجبها وضع اسعار جد عالية للمنتجات الجديدة في البداية , ثم يتم تخفيضها تدريجيا عندما يدخل المنافسون إلى السوق , بسياسة :

أ- التسعير المرن

ب- تسعير البريستيج

**ج- كشط السوق**

د- اختراق السوق

12- تلجأ المنظمة لسياسة كشط السوق في حالة :

أ- شدة المنافسة أمام المنتجات التي تطرحها المنظمة

ب- وجود بدائل منافسة للمنتجات التي تطرحها المنظمة

ج- شدة حساسية السوق للسعر

**د- عدم حساسية السوق للسعر**

13- الفئة التي تصف ضمن مؤسسات التوزيع التجارية , هي فئة :

**أ- تجار التجزئة**

ب- الوكلاء بالعمولة

ج- الوكلاء السماسرة

د- الموزعين الوظيفيين

14- " النشاط الذي يتم ضمن أي جهد تسويقي وينطوي على عملية اتصال إقناعي " , هو تعريف لمفهوم :

أ- الاتصال

**ب- الترويج**

ج- الإعلان

د- الرسالة

15- الاحتكاك بالزبائن , لتكوين رأي عام لصالح المنظمة , هو تعبير عن :

أ- الإعلان

ب- البيع الشخصي

**ج- العلاقات العامة**

د- تنشيط المبيعات

16- عندما يقوم الإعلان بتوصيف للخدمات المتاحة التي يمكن تقديمها , فهو يلعب دور الإعلان :

**أ- الإخباري**

ب- التنافسي

ج- التذكيري

د- التفضيلي

17- بالنظر لأهمية القرار التسويقي , فإنه ينظر لقرار اختيار العلامة التجارية والمقاس عند شراء جهاز تلفاز للعائلة , على أنه قرار :

أ- جوهري

متولد أساسا عند الحاجة

ج- رئيسي

**د- ثانوي**

18- يشير مفهوم الترويج المباشر , بصفة أساسية إلى :

أ- الإعلان

**ب- البيع الشخصي**

ج- تنشيط المبيعات

د- الإشهار

19- باختبارها لطريق التملك في طرح منتج جديد , فإن المنظمة :

أ- هي من يطور المنتج بنفسها

**ب- تستغل حقوقا موجودة**

ج- هي من يبتكر هذا المنتج الجديد

د- تقدم عملاً غير مسبوق نتيجة لسياسة تطوير داخلي

20- تتمثل الخطوة الاولى في تطوير وطرح المنتجات الجديدة , في :

أ- التحليل الاقتصادي

**ب- اكتشاف حاجة لم تلب لدى الزبائن**

ج- ترجمة الافكار إلة مفهوم

د- اختبارات السوق

21- عندما تقدم مزيجا تسويقيا موحدًا لكامل اجزاء السوق , فهذا يشير إلى :

أ- التجزئة الاستراتيجية

ب- التجزئة السوقية

**ج- استراتيجية السوق الكلي**

د- استراتيجية التركيز السوقي

22- البحوث التسويقية التي تتعلق بمناطق البيع , تدخل ضمن بحوث :

أ- المنتج

ب- الترويج

ج- المستهلك

**د- التوزيع**

23- عندما تسمح شركة ما لأخرى في بلد آخر باستعمال تقنية معينة طورتها أو باستخدام اسمها التجاري , فإن ذلك يعبر على:

أ- العلامة التجارية

ب- رأس المال التجاري

ج- السمعة التجارية

**د- الترخيص**

24- يشير تصرف الفرد أو المنظمة بطريقة اقتصادية لأجل اقتناء المنتجات من السوق , إلى :

أ- أدوار الشراء

ب- الشراء الصناعي

ج- الشراء العادي

**د- السلوك الشرائي**

25- تفيد الدراسات بأن أدوار الشراء لدى المستهلك :

أ- تنحصر في دورين

ب- تنحصر في ثلاثة أدوار

ج- لا تتعدى اربعة أدوار

**د- يمكن أن تصل إلى خمسة أدوار**

26- الاستراتيجية التي تلائم توزيع المواد التموينية , هي استراتيجية التوزيع :

أ- الحصري

ب- الانتقائي

ج- المباشر

**د- المكثف**

27- إحدى الحالات التي يتم فيها اللجوء إلى التقليل في طول القناة التوزيعية عادة , ي أن يكون:

أ- حجم المنتج صغيراً

ب- وزن المنتج ضعيفاً

**ج- المنتج ذا طبيعة فنية معقدة**

د- المنتج تمويلاً

28- يعبر عن مؤشر قياس درجة الإشباع المتحققة لدى العميل من المنتج , بمصطلح :

أ- القيمة

**ب- الرضا**

ج- الحاجة

د- الرغبة

29- الطريقة المفضلة لدى الشركات متعددة الجنسيات في دخول الاسواق الدولية , باعتبارها الأسرع لتحقيق تواجد مميز في السوق وكذا تحقيق الربحية , هي :

أ- التصدير غير المباشر

**ب- التملك التام**

ج- التملك المشترك

د- الترخيص

30- القرارات التي يحتاج فيها العميل إلى قدر معين من المعلومات تكون غالباً متوفرة لديه أو يمكن حصوله عليها من الغير , تندرج ضمن القرارات :

أ- عديمة التعقيد

ب- الروتينية

**ج- متوسطة التعقيد**

د- المعقدة



31- من مكونات البيئة الخارجية المباشرة للمنظمة :

**أ- وكالات الإعلان والنشر**

ب- الدخل القومي

ج- العادات والتقاليد

د- تشريعات حماية المستهلك

32- تتعرف على خصائص الأشخاص الذين يمثلون مصدر الطلب على منتجات المنظمة , من حيث حجمهم وكثافتهم وتحركاتهم وتوزعهم الجغرافي , من خلال تحليل البيئة :

أ- السياسة والتشريعية

ب- الاجتماعية والثقافية

**ج- الديمغرافية**

د- الاقتصادية

33- عنصر المزيج التسويقي الذي يدخل ضمنية كل من ترقية المبيعات , والتسويق المباشر , هو :

أ- المنتج

ب- التسعير

ج- التوزيع

**د- الترويج**

34- تتمثل الخطوة الاخيرة للتجزئة السوقية , في:

أ- التدقيق في أسس تشكيل القطاعات السوقية

**ب- اختيار القطاع السوقي المستهدف**

ج- تحديد أسس تشكيل القطاعات السوقية

د- التنبؤ بالسوق الكامن

35- الفعالية التسويقية هي مفهوم مرتكز على :

أ- الاستغلال الامثل للموارد

ب- تفعيل المدخلات

ج- خفض التكاليف

**د- تحقيق الأهداف**

36- قياسا بالمراحل الأخرى , فإن مرحلة دورة حياة المنتج التي تتميز بطول فترتها , هي مرحلة :

أ- التقديم

ب- النمو

**ج- النضج**

د- التدهور

37- يتعرف طرفا الاتصال على مستوى التفاعل والفهم المتحقق من عملية الاتصال , بواسطة عنصر :

**أ- التغذية المرتدة**

ب- الرسالة

ج- وسيلة الاتصال

د- المرسل

38- القيام بجمع وتقديم حقائق معينة عن الأوضاع الحالية للسوق , يعبر عن وظيفة بحوث التسويق

**أ- الوصفية**

ب- التحليلية

ج- التنبئية

د- التوقعية

39- من خصائص بحوث التسويق انها :

**أ- تعالج مشكلات محددة بالمنظمة**

ب- تتدخل بشكل مستمر ودائم في المنظمة

ج- تعتمد على المصادر الداخلية للمنظمة

د- تعتمد على المصادر الداخلية وكذا الخارجية عن المنظمة

40- تشير القدرة المحصلة من المنتج لتلبية احتياجات معينة لدى العميل, إلى مفهوم :

أ- الرغبة

ب- الحاجة

**ج- القيمة**

د- الاشباع

41- رغبة العميل في شراء منتج ما , المدعومة بإرادة الشراء والقدرة على ذلك , هي تعبير عن

مفهوم :

أ- الرغبة

ب- الحاجة

ج- القرار الشرائي

**د- الطلب**

42- عندما تستهدف بحوث التسويق معرفة أسباب انخفاض الطلب على منتجات المنظمة , فهذا

يدخل ضمن وظيفتها :

أ- الوصفية

**ب- التشخيصية**

ج- التنبئية

د- التوقعية

43- عرفت المرحلة ما بين بداية الثورة الصناعية وحتى حدود عام 1925م في التسويق , بمرحلة التوجه :

**أ- بالإنتاج**

ب- بالمبيعات

ج- بالمستهلك

د- التسويقي

44- تدخل الجماعات المرجعية المؤثرة على السلوك الشرائي , ضمن العوامل :

أ- الشخصية

**ب- الاجتماعية الثقافية**

ج- التشريعية والسياسية

د- النفسية

45- تتشكل قمة الهرم في سلم ما سلو للحاجات , من :

أ- حاجة الانتماء للمجموعة

ب- حاجات الطعام والشراب

**ج- حاجات تحقيق الذات**

د- الحاجة إلى التقدير

46- يتمثل احد الجوانب التي تختص بها الأسواق النظامية , في:

أ- كثرة أعداد المشترين

ب- قلة المتدخلين في عملية الشراء

**ج- كثرة الوسطاء في عملية الشراء**

د- تركز العلاقات الشرائية بين المتعاملين

47- في حالة وجود فروق حساسة بين المنتجات المعروضة , فإن المشتري الصناعي في العادة :

**أ- يكون اكثر مسؤولية**

ب- لا يولي أهمية للجوانب العقلانية

ج- يتأثر أكثر بالدوافع الشخصية

د- يتأثر أكثر بالعوامل الذاتية

48- العنصر الذي يدخل ضمن المؤثرات البيئية في قرار الشراء , هو :

**أ- معدل التضخم**

ب- نظام المعلومات التسويقية

ج- سياسات وأهداف المنظمة

د- المواقف تجاه الأخطار للقائم بالشراء

49- استراتيجية التجزئة التي تسمح بالتخصص وتلائم المنظمات ذات الموارد المحدودة , هي

استراتيجية :

أ- السوق الكلي

**ب- التركيز السوقي**

ج- المزيج الموحد لكامل السوق

د- التعدد

50- خطوة التجزئة السوقية ذات العلاقة المباشرة مع الطاقة الإنتاجية للمنظمة ودراسة المنافسين هي

أ- تحديد أسس تشكيل القطاعات السوقية

ب- التدقيق في الخلافات داخل القطاعات

ج- التنبؤ بالسوق الكامن

**د- التنبؤ بالحصة السوقية**

تصوير الأسئلة: زمن الطيبين

كتابة الأسئلة : tµ!p

حل الأسئلة : omjhaad