

بسم الله الرحمن الرحيم

إدارة الأعمال الصغيره .. المحاضره الثانيه عشر .. { محتوى }

[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - إدارة الأعمال الصغيره - د.محمد القحطاني]

(1) تسعير السلع او الخدمات عملية ذات مغزى ولها ابعاد عدة .. العبارة صحيحة ام خاطئة

- صحيحة

- خاطئة

(2) تتأثر عملية التسعير بعدد من الاعتبارات التي يجب ان يدركها القائم على العملية ومنها :

- الاهداف العامة للمشروع (المالية و التسويقية و التنفيذية)

- الغاية من المنتج او السلعة التي سيقدمها المشروع

- 1+2

- لاشي مما سبق

(3) المزيج التسويقي يتكون من :

- السعر

- السلعة

- الترويج

- المكان

- جميع ماسبق

(4) عند بناء استراتيجية التسعير يراعى :

- التحليل النفسي

- استراتيجيات التسويق

- المزيج التسويقي

- كلفة السلعة او الخدمة

(5) من المؤشرات والمعايير التي بالامكان اعتمادها لتحديد السعر المناسب :

- المزيج التسويقي

- الحد الاعلى للسعر

- مرونة السعر

- لاشي مما سبق

(6) لا تعتمد عملية التسعير على تكلفة السلعة او الخدمة المرغوب في تقديمها الى السوق،

- صح

- خطأ

(7) من اساليب التسعير استنادا الى الوضع التنافسي :

- تسعير السلعة كما يسعرها المنافس
- تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن
- البحث عن حصة سوقية اوسع
- جميع ماسبق

8) يرغب اصحاب المشروعات في تحديد سعر مقبول يراه الزبائن انه السعر الذي يتقارب مع قدراتهم الشرائية يشبع احتياجاتهم من السلع والخدمات المعروضة في السوق يراه اصحاب المشروعات في الوقت نفسه انه السعر الذي يحقق لهم تطلعاتهم نحو البقاء والاستمرارية في العطاء والتنافس مع الغير .. يستند النص السابق الى

- التسعير المستند الى الزبائن
- التسعير المستند الى السعر التنافسي
- التسعير المستند الى التكلفة
- جميع ماسبق

9) السلعة هي

- وهو ما سيقدمه المشروع ويطرحه في السوق (سلعة او خدمة) لصالح الزبائن المحتملين
- وهو المكون الثاني من مكونات المزيج التسويقي الذي يعبر عن القيمة المالية التي يدفعها الزبون مقابل حصوله على السلعة
- هو السوق او المكان الذي يلتقي به كل من البائع والمشتري والذي تعرض فيه ومن خلاله السلع او الخدمات على الجمهور
- لاشي مما سبق

10) من استراتيجيات التسعير في المشروعات الصغيرة

- مرونة السعر
- المزيج التسويقي
- المكان
- المنتج

11) من النصائح لتسعيرة ناجحة

- كن مبدعا وفكر بطرق جديدة
- استمع الى زبونك حيث يجب ان تهتم بملاحظات الزبائن وتعليقاتهم
- اعتن بسجلاتك
- جميع ماسبق

12) الغرض من اسلوب البحث عن حصة سوقية اوسع هو

- توزيع السلعة في مناطق جغرافية اخرى وبذلك يصبح سوق السلعة واسعا
- اختيار السعر المناسب الذي يجذب الزبون ويغريه ويمنعه من السعي وراء سلع المنافسين
- لاشي مما سبق

