

## حل أسئلة اختبار إدارة التسويق 1437 هـ الفصل الثاني

1- عندما يستهدف الإعلان الحفاظ على مكانة السلعة في قمة اهتمامات المستهلك فهو يلعب دور:

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

2-العنصر الذي يعكس استجابة المستهلك في نموذج سلوك المستهلك هو:

- أ-مسار قرار الشراء
- ب-خصائص المشتري
- ج-التوزيع
- د-اختيار العلامة التجارية

3-الفئة التي تدخل ضمن الجماعات المرجعية الثانوية المؤثرة في السلوك الشرائي هي:

- أ-الجيران
- ب-الجمعيات والنوادي
- ج-الأصدقاء والزملاء
- د-الاسرة

4-تتشكل قاعدة الهرم في سلم ماسلو للحاجات من:

- أ-الحاجة للتقدير والانتماء
- ب-الحاجات الفيزيولوجية
- ج-حاجات تحقيق الذات
- د-حاجات الأمن والسلامة

5-استراتيجية الترويج القائمة على أسلوب الاقناع المبسط القائم على بيان الجوانب الدافعة او

المثبثة في قيمة المنتجات هي استراتيجية:

- أ-الدفع والجذب
- ب-الدفع
- ج-الإيحاء
- د-الضغط

6-العملية التي من خلالها يختار الفرد وينظم و يترجم عناصر المعلومات الخارجية هي:

- أ-الشخصية
- ب-الدافعية
- ج-الجماعات المرجعية
- د-الادراك

7- عندما يشتري الموظف في شركة ما آلة لاجل استخدامها لفائدته الشخصية فهو مستهلك:

أ-نظامي

ب-صناعي

ج-نهائي

د-نظامي وصناعي

8-احدى الخصائص التي تتميز بها أسواق الاستهلاك مقارنة بالأسواق الصناعية هي:

أ-قلة اعداد المشترين

ب-كثرة المتدخلين في عملية الشراء

ج-الشراء المباشر من المصنعين

د-كثرة الوسطاء في عملية الشراء

9-يعبر عن تكامل وارتباط المنتجات من حيث العملية الإنتاجية والاستخدام المهني بمفهوم:

أ-نطاق المزيج السلعي

ب-عمق المزيج السلعي

ج-تناسق المزيج السلعي

د-اتساع المزيج السلعي

10-مرحلة دورة المنتج التي تتميز بالانكماش في حجم الإنتاج والاكتفاء بالاشكال الرئيسية

للمنتج تسمى مرحلة:

أ-النضج المستقر

ب-النضج المنحدر

ج-النضج النازل

د-التدهور

11-يطلق على الوسطاء الوكلاء الذين تكون السلعة موضوع التعامل في حيازتهم كاملة

ويحتفظون بها كأمانة في ذمة الموكل لحين ابرام الصفقة، اسم

أ-الوكلاء السماسرة

ب-الوكلاء بالعمولة

ج-تجارة الجملة

د-تجار التجزئة

12-أحد الاشكال التي يأخذها ابتكار منتج جديد، هو

أ-شراء براءات اختراع تسمح باستغلال منتجات جديدة

ب-الانخراط في برنامج يستهدف الاستيلاء على شركات قائمة

ج-تطوير منتجات غير مسبوقة

د-تصنيع المنتجات بموجب ترخيص

**13-تتمثل الخطوة الأولى للتجزئة السوقية في**

- أ-التنبؤ بالحصة السوقية
- ب-التنبؤ بالسوق الكامن
- ج-تحديد أسس تشكيل القطاعات السوقية
- د-اختيار القطاع السوقي المستهدف

**14-الكفاءة التسويقية هي مفهوم مرتكز على**

- أ-المدخلات
- ب-المخرجات
- ج-السوق المستهدف
- د-تحقيق الأهداف

**15-تتمثل الخطوة الأخيرة في تطوير وطرح المنتجات الجديدة في**

- أ-اختبارات السوق
- ب-إطلاق المنتج
- ج-اعداد استراتيجية التسويق
- د-تقدير التكاليف والارباح

**16-الاستراتيجية التي تلائم توزيع المواد التموينية هي استراتيجية التوزيع**

- أ-الحصري
- ب-الانتقائي
- ج-المباشر
- د-المكثف

**17-المرحلة التي أصبح هدف المنظمة فيها هو اشباع حاجات المستهلك مع تحقيق ربح مقبول**

- هي مرحلة:
- أ-التوجه البيعي
- ب-التوجه بالإنتاج
- ج-التوجه التسويقي
- د-ما قبل سنة 1925م.

**18-تقوم المنظمة بتحليل العوامل الداخلية لها لأجل تحديد:**

- أ-الفرص والمخاطر
- ب-نقاط القوة والضعف
- ج-المركز التنافسي
- د-الحصة السوقية

19- ان شروط الانتماء التي يتم منحها لعملاء المنظمة تتعلق بسياسة المنظمة الخاصة  
أ- بالمنتج

ب- بالتسعير

ج- بالترويج

د- بالتوزيع

20- ما يميز مشكلة البحث التسويقي هو كونها تتعلق

أ- بالفرص فقط

ب- بالمخاطر فقط

ج- بالمخاطر والفرص

د- بالمشكلات السلبية فقط

21- تعرف استراتيجية الترويج القائمة على خلق الطب مباشرة من المستهلك بتركيز الأنشطة الترويجية عليه ، باستراتيجية

أ- الدفع

ب- الجذب

ج- الإيحاء

د- الدفع والجذب

22- العبارة المستخدمة في التسويق للدلالة على الطلب هي:

أ- السوق

ب- العرض

ج- الصناعة

د- القطاع

23- القدرة المحصلة من المنتج لتلبية احتياجات معينة ، هي تعبير عن

أ- الرغبة

ب- الحاجة

ج- القيمة

د- الاشباع

24- ما تميزت به مرحلة التوجه بالإنتاج ، هو

أ- تفوق العرض على الطلب

ب- تفوق الطلب على العرض

ج- تساوي العرض مع الطلب

د- انعدام الطلب

25- عملية الاتصال غير المباشر وغير الشخصي لنقل المعلومات للمستهك عن طريق وسائل خاصة مقابل أجر معين هي تعبير عن

أ- البيع الشخصي

ب- الإعلان

ج- العلاقات العامة

د- تنشيط المبيعات

26- احدى الخصائص التسويقية لمرحلة نمو المنتج هي

أ- الارتفاع في التكاليف

ب- ثبات الأسعار أو ميلها الى الانخفاض

ج- انخفاض المبيعات

د- الانكماش في قنوات التوزيع

27- قرار شراء محطات نووية لتوليد الطاقة الكهربائية لبلد ما ، يندرج من القرارات

أ- ضعيفة التعقيد

ب- الروتينية

ج- متوسطة التعقيد

د- المعقدة

28- يتمثل أحد المؤثرات التجارية على سلوك المستهلك في

أ- القوانين

ب- التوزيع

ج- الاقتصاد

د- أسعار الصرف السائدة

29- يعبر مدى استجابة الطلب بفعل تغير السعر بوحدة واحدة بمصطلح

أ- التسعير المزدوج

ب- التسعير الفعال

ج- التسعير المرن

د- المرونة السعرية

30- السياسة التي يتم بموجبها وضع أسعار منخفضة لكي تتمكن المنتجات الجديدة من خلق

الطلب في السوق هي سياسة

أ- التسعير المرن

ب- تسعير البريستيج

ج- كشط السوق

د- اختراق السوق

**31- نقول عن المنظمة أنها تطبق سياسة السعر المزدوج عندما تبيع السلعة**

أ-بسعر واحد فقط في سوقين مختلفين

ب-بسعر موحد لمجموعة في الأسواق

**ج-بسعرين او اكثر في نفس السوق**

د-بسعر مختلف في سوقين مختلفين

**32-تتمثل الخطوة الأولى لتسعير المنتجات في**

أ-تقدير الطلب

ب-تقدير احتمالات سلوك المستهلك

**ج-تحديد الهدف من التسعير**

د-دراسة أسعار المنافسين

**33-النوع الذي يندرج ضمن مؤسسات التوزيع الوظيفية، هو**

أ-تجار التجزئة

ب-تجار الجملة

**ج-الوكلاء السماسرة**

د-الموزعون التجاريون

**34-يعبر عن نتيجة الاتصال التي تكشف مدى تأثير الرسالة كعنصر من عناصر الاتصال بمفهوم**

أ-وسيلة الاتصال

ب-المرسل

ج-المستقبل

**د-التغذية العكسية**

**35-الهيئة التي ترجع اليها مهمة الموافقة على ابرام الصفقة في الشراء الصناعي يطلق عليها**

أ-جهة المبادرة

ب-الجهة المسؤولة عن الشراء

**ج-جهة المصادقة**

د-الجهة المتحكمة بالمعلومة

**36-العامل الذي يدخل ضمن المؤثرات التنظيمية في قرار الشراء هو**

أ-المنافسة

ب-سعر النقود

**ج-سياسيات واهداف المنظمة**

د-المكانة الاجتماعية للقائم بالشراء

37-وفقا لعادات الشراء فإن سلعا قليلة الثمن ومتكررة الشراء كالخبز والخضروات تصنف من

أ-السلع الميسرة

ب-السلع الخاصة

ج-السلع الاضطرارية

د-سلع التسوق

38-عدد أشكال المنتج في خط انتاجي واحد في المنظمة يطلق عليه في التسويق عبارة

أ-اتساع المزيج السلعي

ب-عمق المزيج السلعي

ج-نطاق المزيج السلعي

د-تناسق المزيج السلعي

39-من خصائص نظام المعلومات التسويقية أنه

أ-يعالج المشكلات المتكررة بالمنظمة

ب-يتدخل بشكل محدود وغير مستمر بالمنظمة

ج-يعتمد على المصادر الخارجية وليس الداخلية بالمنظمة

د-يعتمد على المصادر الداخلية وليس الخارجية عن المنظمة

40-البحوث التسويقية التي تتعلق بتصميم السلع والخدمات هي بحوث

أ-المنتج

ب-الترويج

ج-المستهلك

د-التوزيع

41-وفقا لأدوار الشراء ، فإن الشخص الذي يقوم بتنفيذ إجراءات الصفقة يسمى

أ-متخذ القرار

ب-المبادر

ج-المؤثر

د-القائم بالشراء

42-من خصائص الشراء الروتيني

أ-أن موضوع الشراء المتعلق به يمثل أهمية كبيرة للمشتري

ب-أنه يندرج ضمن القرارات التي تتطلب الحصول على معلومات كبيرة

ج-أنه يتعلق بشراء منتجات لم يسبق لمتخذ القرار الخبرة بها

د-أن درجة تعقد المنتجات المعنية به محدودة

43- يتم التعرف على مدى فعالية الوظيفة التسويقية للمنظمة ، ضمن تحليل

أ- البيئة الداخلية

ب- البيئة الخارجية المباشرة

ج- البيئة الخارجية غير مباشرة

د- أسواق المنظمة

44- من المكونات الأساسية للبيئة الخارجية غير المباشرة للمنظمة

أ- الموردون

ب- العملاء

ج- الممولون

د- الدخل القومي

45- عنصر المزيج التسويقي التي يتم ضمنه الاهتمام بكل من الجودة والعلامة التجارية هو

أ- المنتج

ب- التسعير

ج- التوزيع

د- الترويج

46- تعبر مجموعة العناصر التي تتفاعل فيما بينها لتحقيق هدف معين ، عن مفهوم

أ- الخطط

ب- التخطيط

ج- النظام

د- التنظيم

47- البحث في أسباب انخفاض إنتاجية المنظمة ، يدخل ضمن وظيفة بحوث التسويق

أ- الوصفية

ب- التشخيصية

ج- التنبؤية

د- التوقعية

48- دراسة الاتجاه التقديري لحجم المبيعات لفترات لاحقة، يدخل ضمن وظيفة بحوث التسويق

أ- التحليلية

ب- الوصفية

ج- التشخيصية

د- التنبؤية



إعداد وكتابة وحل: عبدالله و حلم

49-تمتاز الإعلانات التلفزيونية مقارنة بالصحف بكونها

أ-لديها مرونة كبيرة في تغيير الإعلان في حالة الخطأ  
ب-أقل تكلفة

ج-ذات سرعة كبيرة في متابعة الحدث

د-لا يحتاج تصميمها إلى خبرات وكفاءات متميزة

50-أحد العناصر التي نستقي منها المعلومات التسويقية الداخلية في نظام المعلومات التسويقية

هو

أ-الجهات الحكومية الرسمية

ب-الغرف الصناعية

ج-النظام المحاسبي

د-الاتحادات المهنية

الله  
والتوفيق

إعداد وكتابة وحل: helm و Abdullah

دعواتكم ..