

س1/ جميع التالي من أهداف التسويق عدا :

- تعظيم الاستهلاك : زيادة كمية السلع والخدمات التي يستهلكها أفراد المجتمع وتحفيزهم من خلال أشكال الترويج المختلفة .
- تعظيم رضا المستهلك والعمل على تلبية حاجاته ورغباته .
- التنبؤ برغبات وحاجات أفراد المجتمع .
- التخلص من بعض السلع والخدمات بسبب قلة الجودة .

س2/ من حدود التسويق :

- تعظيم نوعية الحياة وتطويرها .
- تحقيق أهداف المؤسسة .
- تحقيق التنمية المستدامة .
- صعوبة فهم وتحديد بعض الحاجات البشرية وترجمتها إلى رغبات .

س3/ من الأهداف للتوجيه بالمستهلك :

- تحقيق أقصى ربح .
- تحقيق أقصى ربح عن طريق إرضاء المستهلك .
- إقامة علاقات مع السوق لتحقيق أهداف المنظمة .
- إرضاء المستهلك وعناصر النظام التسويقي على المدى الطويل .

1- يمكن تقسيم السلع حسب عادات الشراء إلى

- السلع مثل الميسرة والتسوق والخاصة .
- السلع الكبيرة .
- السلع الصغيرة .
- ليس مما ذكر أعلاه .

2- تنقسم السلع الإنتاجية إلى الأنواع التالية عدا

- المعدات والآلات .
- قطع الغيار .
- المواد الخام .
- السلع العالمية .

س3/ من خطوات تحديد السعر التالي عدا :

- تحديد الهدف من التسعير .
- تقدير احتمالات المستهلك .
- دراسة أسعار المستهلكين .
- دراسة المواسم النادرة .

1: القنوات التالية تعتبر صحيحة

- . (أ- القناة الأولى (منتج — مستهلك
- . (ب- القناة الثانية (منتج — جملة — تجزئة — مستهلك
- . (ج- القناة الثالثة (منتج — جملة — تجزئة — مستهلك
- . (د- القناة الرابعة (وكيل — تجزئة — مستهلك

2: الاعتبارات الخاصة بالوسطاء هي /

- . (أ- الخدمات المقدمة من الوسطاء (تشجع المنظمة على التعامل معهم
- . ب- توفر الوسيط الجيد
- . ج- مواقف الوسطاء تجاه المنتج
- . د- جميع ما ذكر أعلاه

3: إن الاعتبارات الخاصة بالمنتج تشمل /

- . أ- خصائص وطبيعة المنافسين
- . (ب- عوامل اقتصادية (الانتعاش يسمح بالتوسع والركود يدفع لخفض التكاليف والتقليص بالتالي
- ج- عوامل ديمغرافية (مثلا الأثر المترتب عن زيادة السكان خاصة في ظل زيادة الدخل وما سيسمح به
- . (من توسع في القنوات
- . د- ليس مما ذكر أعلاه

4: تحتوي القناة الأولى بالتوزيع غير المباشر على /

- أ- وسيط تجاري واحد هو تاجر التجزئة ، ومثالها الجهة التي تشتري مباشرة من المنتج لكبر طلبياتها ثم
- . تباع مباشرة للمستهلك
- ب- وسيطين تجاريين هما تاجر الجملة وتاجر التجزئة ، وهي قناة عادة ما يستخدمها المنتجون الكبار ،
- . ومثالها ما يتعلق بالمنتجات التموينية والدواء
- ج- وسيطا وكيلا ووسيطين تجاريين ، ويتم استخدامها للوصول إلى أغلب محلات التجزئة وخاصة
- . صغيرة الحجم ، كما نجده مثلا في توزيع المنتجات الكهربائية
- د- وسيطا وكيلا ووسطا تجاريا ، وعادة ما يتم استخدام هذه القناة للوصول إلى التجارة كبرى الحجم