

السؤال 1

0.2 درجات حفظ الإجابة

السلعة هي مجموعة من المواصفات مجتمعة، يؤدي استخدامها إلى الحصول على منافع معينة تؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات معينة لدى المستهلكين.

صواب خطأ

السؤال 2

0.2 درجات حفظ الإجابة

هو مجموعة من المنتجات التي ترتبط فيما بينها بعلاقة معينة، سواء أكانت تشبع حاجات واحدة لدى المستهلكين أو تستخدم مع بعضها.

- A. المنتج.
B. خط المنتجات.
C. مزيج المنتجات.
D. لا شيء مما سبق.

السؤال 3

0.2 درجات حفظ الإجابة

يقسم رجال التسويق المنتجات وفقاً لمجموعة متباينة من وجهات النظر و المعايير، إذ تقسم المنتجات وفقاً لعمرها إلى:-----

- A. سلع و خدمات إستهلاكية.
B. سلع معمرة و سلع غير معمرة.
C. سلع و خدمات إنتاجية.
D. لا شيء مما سبق.

السؤال 4

0.2 درجات حفظ الإجابة

هي تلك المنتجات التي يتم شراؤها بغرض إشباع حاجات الفرد أو الأسرة بغرض الأستهلاك النهائي، و الإستعمال الشخصي، و ليس من أجل إعادة البيع.

- A. سلع معمرة و سلع غير معمرة.
B. سلع و خدمات إستهلاكية.
C. سلع و خدمات إنتاجية.
D. لا شيء مما سبق.

السؤال 5

0.2 درجات حفظ الإجابة

يتصف سوق السلع الاستهلاكية بمجموعة من المميزات و التي من أهمها: الانتشار الجغرافي الواسع للمتعاملين و إن لغة الحديث مع المستهلك تعتمد على الدوافع العاطفية. و-----.

- A. إختلاف الخصائص الديموجرافية.
B. إن قيمة المشتريات قليلة القيمة نسبياً في المرة الواحدة.
C. كل ما سبق.
D. لا شيء مما سبق.

السؤال 6

0.2 درجات حفظ الإجابة

هي السلع التي يسهل وجودها من حيث المكان و الزمان للمستهلك، إذ يستطيع الحصول عليها من أي متجر قريب.

- A. سلع التسوق.
B. السلع الميسرة.
C. السلع الخاصة.
D. كل ما سبق.

- تنقسم سلع الإستقرار إلى ثلاثة أنواع هي: سلع معتادة ، سلع اضطرارية و-----.
- A. سلع تعاونية.
- B. سلع إستهلاكية.
- C. سلع شراء فوري.
- D. لا شيء مما سبق.

- هي سلع لها خصائص معينة تنفرد بها، و تشبع رغبات و حاجات خاصة لدي بعض المستهلكين، و هناك قطاع من المستهلكين علي استعداد لبذل الجهد و المال في سبيل الحصول علي تلك السلع.
- A. السلع الإضطرارية.
- B. سلع التسوق.

- هي أوجه النشاط غير الملموس التي تهدف إلي إشباع الرغبات و الحاجات الخاصة بالمستهلك الأخير، بحيث لا يقترن ذلك ببيع سلعة معينة.
- A. الخدمات الإنتاجية.
- B. السلع الإنتاجية.
- C. الخدمات الإستهلاكية.
- D. لا شيء مما سبق.

- من أهم خصائص الخدمات:الملموسية، ارتباط الخدمة بشخصية مقدمها ، و-----.
- A. الفناء.
- B. التلازم.
- C. عدم القابلية للتخزين.
- D. لا شيء مما سبق.

- السوق المرتقبة هي مجموعة العملاء المرتقبين الذين لا تتوافر لهم مجموعة من الدوافع و الصفات لشراء منتجاتنا مقسمين وفقا لفئاتهم المختلفة .
- صواب خطأ

- تحدد أنواع التميز المرتبط بمنتجات المنظمة وفقا لدراسة المزايا التنافسية والتي عادة ما تكون في صورة : الاختلاف في المنتج ذاته، التميز في منفعة جديدة للعملاء، اختيار نوعية معينة من العملاء المتميزين ، و-----.
- A. إضافة أشكال جديدة للمنتجات.
- B. التميز التنافسي.
- C. الارتباط بسلع وخدمات أخرى .
- D. حل أية مشاكل تواجه المنظمة .

السؤال 13

2

- من بين خطوات الحصول على الميزة التنافسية : تحديد الفرص الحالية أو الممكنة من خلال تحليل المنافسة، و-----
- A. تحديد قيم و عوائد الميزة التنافسية.
 - B. تحديد أساس و نطاق الميزة التنافسية.
 - C. كل ما سبق.
 - D. لا شيء مما سبق.

السؤال 14

2

- هي وجود ميزة يتمتع بها المنتج تعطيه ميزة قوية على منتجات المنافسين. فهل هي...؟
- A. ميزة تسويقية لها آثار عامة.
 - B. الميزة التنافسية في التكلفة على مستوى السوق.
 - C. العمل من خلال أقسام سوق مربحة.
 - D. لا شيء مما سبق.

السؤال 15

0,2 درجات حفظ

- من الأسباب التي تدعونا إلي تحليل المنافسة ما يلي: الرغبة في مواجهة الداخلين الجدد و الذين يرغبون في تقديم نفس المنتجات، الرغبة في مواجهة التغير في تطلعات العملاء ، و رغبتهم المتزايدة في تكلفة أقل و جودة أعلى، و-----
- A. مقاومة ما يقوم به العملاء.
 - B. مواجهة تحديات التطور في المنافسة .
 - C. التعامل بشكل أفضل مع التطور التكنولوجي .
 - D. لا شيء مما سبق.

السؤال 16

0,2 درجات حفظ

- من بين أدوات تحليل المنافسة ما يلي:-----
- A. تحليل القدرات التنافسية.
 - B. تحليل العلاقات بين المنتج و العملاء و بيننا و بين المنافس.
 - C. تحليل عناصر القوة و الضعف.
 - D. لا شيء مما سبق.

- تتميز نظم المعلومات التسويقية بما يلي: توليد تقارير منتظمة، إيجاد منظومة من البيانات، و-----.
- A. توليد بيانات في التوقيت المناسب.
 - B. استخدام نماذج رياضية و إحصائية بالغة التعقيد.
 - C. كل ما سبق.
 - D. لا شيء مما سبق.

- تتجلى أهمية نظم المعلومات التسويقية فيما يلي: للمعلومات التسويقية أهمية خاصة في توفير المعلومات المساعدة في اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة، تتميز نظم المعلومات التسويقية بأنها تنظر إلي أعمال المنشأة ككل و ليس كأجزاء منفصلة، و-----.
- A. تمكن نظم المعلومات التسويقية من استخراج مجموعة ضخمة من المعلومات بشكل تلقائي.
 - B. إمكانية تعديل المعلومات دون جهد، و الإجابة علي أي أسئلة تتعلق بالمنافسين.
 - C. كل ما سبق.
 - D. لا شيء مما سبق.

- يعتمد نظام المعلومات التسويقية علي بحوث التسويق كمصدر أساسي للمعلومات عن سلوكيات السوق و المستهلكين.
- صواب خطأ

- تنقسم مخرجات نظام المعلومات التسويقية إلي ثلاثة أنواع رئيسية منها: تقارير خاصة بالعمليات، و-----.
- A. معلومات تشغيلية.
 - B. معلومات تنفيذية.
 - C. كل ما سبق.
 - D. لا شيء مما سبق.