

الواجب الأول: إدارة التسويق

- 1- جميع التالي من أهداف التسويق عدا :
- A. تعظيم الاستهلاك : زيادة كمية السلع والخدمات التي يستهلكها أفراد المجتمع وتحفيزهم من خلال أشكال الترويج المختلفة .
 - B. تعظيم رضا المستهلك والعمل على تلبية حاجاته ورغباته .
 - C. التنبؤ برغبات وحاجات أفراد المجتمع .
 - D. التخلص من بعض السلع والخدمات بسبب قلة الجودة .

- 2- من حدود التسويق :
- A. تعظيم نوعية الحياة وتطويرها
 - B. تحقيق أهداف المؤسسة .
 - C. تحقيق التنمية المستدامة .
 - D. صعوبة فهم وتحديد بعض الحاجات البشرية وترجمتها إلى رغبات .

- 3- من الأهداف للتوجيه بالمستهلك :
- A. تحقيق أقصى ربح .
 - B. تحقيق أقصى ربح عن طريق إرضاء المستهلك .
 - C. إقامة علاقات مع السوق لتحقيق أهداف المنظمة .
 - D. إرضاء المستهلك وعناصر النظام التسويقي على المدى الطويل

□

الواجب الثاني: إدارة التسويق

1- يمكن تقسيم السلع حسب عادات الشراء إلى :

- A. السلع مثل الميسرة والتسوق والخاصة.
- B. السلع الكبيرة.
- C. السلع الصغيرة.
- D. ليس مما ذكر أعلاه.

2- تنقسم السلع الإنتاجية إلى الأنواع التالية عدا :

- A. المعدات والآلات.
- B. قطع الغيار.
- C. المواد الخام.
- D. السلع العالمية.

3- من خطوات تحديد السعر التالي عدا :

- A. تحديد الهدف من التسعير.
- B. تقدير احتمالات المستهلك.
- C. دراسة أسعار المستهلكين.
- D. دراسة المواسم النادرة.

الواجب الثالث: إدارة التسويق

1. أي القنوات التالية تعتبر صحيحة :
 - A. القناة الأولى (منتج ——— مستهلك).
 - B. القناة الثانية (منتج ——— جملة ——— تجزئة ——— مستهلك).
 - C. القناة الثالثة (منتج ——— جملة ——— تجزئة ——— مستهلك).
 - D. القناة الرابعة (وكيل ——— تجزئة ——— مستهلك).
2. الاعتبارات الخاصة بالوسطاء هي :
 - A. الخدمات المقدمة من الوسطاء (تشجع المنظمة على التعامل معهم).
 - B. توفر الوسيط الجيد .
 - C. مواقف الوسطاء تجاه المنتج .
 - D. جميع ما ذكر أعلاه .
3. إن الاعتبارات الخاصة بالمنتج تشمل :
 - A. خصائص وطبيعة المنافسين .
 - B. عوامل اقتصادية (الانتعاش يسمح بالتوسع والركود يدفع لخفض التكاليف والتقليص بالتالي)
 - C. عوامل ديمغرافية (مثلا الأثر المترتب عن زيادة السكان خاصة في ظل زيادة الدخل وما سيسمح به من توسع في القنوات) .
 - D. ليس مما ذكر أعلاه .
4. تحتوي القناة الأولى بالتوزيع غير المباشر على :
 - A. وسيط تجاري واحد هو تاجر التجزئة ، ومثالها الجهة التي تشتري مباشرة من المنتج لكبر طلبياتها ثم تبيع مباشرة للمستهلك .
 - B. وسيطين تجاريين هما تاجر الجملة وتاجر التجزئة ، وهي قناة عادة ما يستخدمها المنتجون الكبار ، ومثالها ما يتعلق بالمنتجات التموينية والدواء .
 - C. وسيطا وكيلا ووسيطين تجاريين ، ويتم استخدامها للوصول إلى أغلب محلات التجزئة وخاصة صغيرة الحجم ، كما نجده مثلا في توزيع المنتجات الكهربائية .
 - D. وسيطا وكيلا ووسطا تجاريا ، وعادة ما يتم استخدام هذه القناة للوصول إلى التجارة كبرى الحجم .