

1. البيانات التسويقية الأولية هي البيانات التي
 أ- سبق جمعها من قبل المنظمة
 ب- سبق جمعها من قبل جهة خارجية
 ج- سبق جمعها بواسطة المنظمة أو مصادر خارجية
 د- سبق جمعها لأول مرة

2. شراء بيت للعائلة يدخل ضمن قرارات الشراء
 أ- الزمنية
 ب- المؤسسية للعقد
 ج- الشفعية
 د- الثانوية

3. الشخص الذي يقوم بتنفيذ إجراءات صفقة الشراء ، يسمى
 أ- المبادر
 ب- مستخدم المنتج
 ج- متخذ القرار
 د- القائم بالشراء

4. في حالة وجود فروق حساسة بين المنتجات المعروضة ، فإن المشتري الصناعي
 أ- يولي اهتماما للعوامل العقلانية
 ب- يولي اهتماما للعوامل الشخصية
 ج- لا تحكمه العوامل الموضوعية
 د- تحكمه العوامل الذاتية

تغيرات التنظيمية المؤثرة في الشراء الصناعي
 أ- أهداف المنظمة
 ب- المهنية والشخصية للأفراد
 ج- طلب

العادي (مقارنة بأسواق الاستهلاك)

بالشراء
 عين
 راء

7. يطلق على مجموعة المنتجات التي تقدمها المنظمة لسوق المستهلكين ، لفظ
 أ- تناسق المزيج السلعي
 ب- المزيج السلعي
 ج- عمق المزيج السلعي
 د- طول المزيج السلعي

8. الاستراتيجية التي توجه بموجبها مزيجا تسويقيا موحدا لكامل أجزاء السوق هي استراتيجية
 أ- التوزيع
 ب- التعدد
 ج- التركيز
 د- السوق الكلي

9. العنصر الذي يشكل القاعدة الصلبة التي تمثل الحد الأدنى للأسعار هو
 أ- الطلب
 ب- التكاليف
 ج- المنافسة
 د- السوق

10. عملية التنبؤ بالطلب عملية صعبة خاصة في ظل ظروف
 أ- حالة التناقص
 ب- البيئية غير مستقرة
 ج- البيئية غير مستقرة
 د- تكون فيها التنبؤات قصيرة

11. تعرف الحالة التي يتم بموجبها كل وسطاء للمساعدة في إيصال المنتجات للمستهلك

أ- بالتوزيع المباشر
 ب- بالتوزيع غير المباشر
 ج- بقناة التوزيع القصيرة
 د- بقناة التوزيع الطويلة

12. استراتيجية التوزيع التي تلائم توزيع المواد التموينية مع منتجات الغازية ، هي

أ- استراتيجية التوزيع الشامل
 ب- استراتيجية التوزيع الانتقائي
 ج- استراتيجية التوزيع الحصري
 د- استراتيجية التوزيع الوحيد

13. يتم التوجه إلى التقييم في القناة التوزيعية عادة

- أ- إذا كان حجم المنتج صغيراً
 - ب- إذا كان وزن المنتج صغيراً
 - ج- إذا كانت الطبيعة الفيزيائية للسلعة معقدة
 - د- إذا وجد عدة مستخدمين
14. من خصائص التثراء الصناعي (مقدرة المشتري العادي)
- أ- كثرة مرونة الطلب السعرية
 - ب- كثرة المبيعات
 - ج- كثرة العلاقات التجارية
 - د- وجود نوع من التشتت للمو في

15. أحد العناصر التي تستلزم منها المعلومات التسويقية الداخلية هو

- أ- الهدف الرئيسية
- ب- التعرف على المنافسين
- ج- نظام المحاسبة
- د- الالتزامات المالية

16. يعرف عن نظام المعلومات التسويقية

- أ- أنه مستر بالمنظمة
- ب- أن طبيعته متشعبة ومتعددة
- ج- أن مصدر معلوماته خارجية فقط
- د- أن هدفه المتروك في الترويج

17. العجزة المستخدمة للتعبير عن الصناعة في التسويق هي

- أ- السوق
- ب- العرض
- ج- الطلب
- د- العملاء

18. من عناصر البيئة التسويقية الخارجية غير المباشرة

- أ- عوامل الإنتاجية المنظمة
- ب- العملاء
- ج- البيئة القانونية والتنظيمية
- د- وسائل النشر والإعلان

19. تحليل شروط الائتمان الممنوحة للأسواق المستهدفة ضمن عنصر

- أ- المنتج
- ب- التوزيع
- ج- التسعير
- د- الترويج

20. تحديد الأسواق المستهدفة وإعداد المزيج التسويقي الكفيل بتحقيق هذه الأهداف ، عن

- أ- استراتيجية التسويق
- ب- خطة التسويق
- ج- السوق المستهدف
- د- عناصر المزيج التسويقي

22. تتعرف المنظمة على نقاط القوة والضعف لديها من خلال تحليل بيئتها التسويقية

- أ- الداخلية
- ب- الخارجية المباشرة
- ج- الخارجية غير المباشرة
- د- التنافسية

المحركات التي تدفعنا للقيام بسلوك معين، وتوجه هذا السلوك، هي تعبير عن

- أ- الدوافع
- ب- الحوافز
- ج- الحوافز الخارجية
- د- الحافز

24. وظيفة بحوث التسويق التي تميزها عن التساؤل عن سبب عزوف العملاء عن الشراء هي

- أ- الوظيفة الوصفية
- ب- وظيفة جمع المعلومات
- ج- الوظيفة التشخيصية
- د- الوظيفة التنبؤية

Evaluation Mode

Evaluation Mode

٥٥ يعرف عن وظيفة الجهاز التناسلي أنها

- ☐ إنتاج بكتريا جديدة وليس بالأساس.
- ☐ إنتاج بكتريا جديدة وليس بكتريا من.
- ☐ إنتاج بكتريا جديدة وليس بكتريا من.
- ☐ لا إنتاج بكتريا جديدة وليس بكتريا من.

٥٦ الجهاز التناسلي الذي يعمل في الغالب على إنتاج البويضات المنقسمة ويتبعن تلك هذه الأخيرة للتكاثر معهما هي

- ☐ التلقائية
- ☐ التلقائية المتكاثرة
- ☐ التلقائية غير المتكاثرة
- ☐ التلقائية

مع التكاثر بالتوفيق

Evaluation Mode