

(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 - يتم جمعها لأول مرة.

(2) شراء بيت للعائلة يدخل ضمن قرارات الشراء :

- أ - الروتينية.
- ب - المتوسطة التعقيد.
- ج - المعقدة.
- د - الثانوية

(3) الشخص الذي يقوم بتنفيذ اجراءات 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

(5) من المتغيرات التنظيمية المؤثرة في الشراء الصناعي :

- أ - سياسات وأهداف المنظمة
- ب - المسؤوليات المهنية والشخصية للأفراد.
- ج - مستوى الطلب
- د - المنافسة

(6) ليس من خصائص الشراء النظامي (مقارنة بأسواق الاستهلاك) :

- أ - كثرة المشترين
- ب - مهنية واحترافية القائمين بالشراء.
- ج - الشراء المباشر من المصنعين.
- د - تعدد المتدخلين في عملية الشراء

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 نوجه بموجبها مزيجا تسويقيا موحدا لكامل أجزاء السوق هي استراتيجية :

- أ - التنوع
- 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) تعتبر عملية التنبؤ بالطلب عملية صعبة خاصة في ظل ظروف :

- أ - حالة التأكد التام
- ب - البيئة الديناميكية
- ج - البيئة غير المتغيرة
- د - تكون فيها الفترة المعنية بالتنبؤ قصيرة

11) تعرف الحالة التي يتم بموجبها إدخال 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 والمشروبات الغازية, هي :

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

13) يتم اللجوء الى التقليل في القناة التوزيعية عادة :

- أ - إذا كان حجم المنتج صغيرا
- ب - إذا كان وزن المنتج ضعيفا
- ج - إذا كانت الطبيعة الفنية للمنتج معقدة
- د - لا توجد إجابة صحيحة

14) من خصائص الشراء الصناعي (مقارنة بالشراء العادي) :

- أ - كبر مرونة الطلب السعرية
- ب - كثرة المشترين
- ج - تركيز العلاقات التجارية
- د - وجود نوع من التشتت الجغرافي

15) أحد العناصر التي نستقي منها المعلومات التسويقية الداخلية هو :

- أ - الجهات الرسمية
- ب - الغرف الصناعية
- ج - النظام المحاسبي
- د - الاتحادات المهنية

16) يعرف عن نظام المعلومات التسويقي :

- أ - أنه مستمر بالمنظمة
- ب - أن طبيعة مشكلاته محددة
- ج - أن مصادر معلوماته خارجية فقط
- د - أن اساسه المشروع أو البرنامج

17) العبارة المستخدمة للتعبير عن الصناعة في التسويق هي :

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

18) من عناصر البيئة التسويقية الخارجية غير المباشرة :

- أ - العوامل الإنتاجية للمنظمة
- ب - العملاء
- ج - البيئة القانونية والتشريعية.
- د - وكالات النشر والإعلان

19) افعال وتصرفات الأفراد لأجل الحصول على المنتجات بطريقة اقتصادية, هو تعبير عن :

- أ - قرار الشراء
- ب - سلوك المستهلك الشرائي
- ج - أدوار الشراء
- د - اقتصاد في الشراء

20) تدخل شروط الائتمان الممنوحة للأسواق المستهدفة ضمن عنصر :

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

21) يعبر 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

23) المحركات التي تدفعنا للقيام بسلوك معين , وتوجه هذا السلوك , هي تعبير عن :

- أ - الدافعية
- ب - الحوافز المادية
- ج - الحوافز المعنوية
- د - الحافز

24) وظيفة بحوث التسويق التي تجيب عن التساؤل عن سبب عزوف العملاء عن الشراء هي :

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

(25) يعرف عن بحوث التسويق أن :

- أ - مشكلاتها متكررة
- ب - مصادر معلوماتها داخلية
- ج - مصادر معلوماتها داخلية او خارجية
- د - أساسها المشروع أو البرنامج

(26) تركّز الكفاءة التسويقية على :

- أ - المدخلات
- ب - المخرجات ..
- ج - النتائج المتحققة
- د - السوق المستهدف

(27) الإعلان الذي ينطوي على ايضاح الاستخدامات الجديدة للمنتج, هو تعبير عن الاعلان :

- أ - التذكيري
- ب - الإخباري
- ج - التنافسي
- د - الذي يستهدف المحافظة على مكانة المنتج في قمة اهتمام العميل

(28) قد يتساوى اقصى حجم للطلب يمكن تحقيقه للشركة مع التقدير المتوقع للسوق كله , في حالة

- أ - المنافسة التامة
- ب - احتكار القلة
- ج - احتكار المنظمة للسوق بالكامل
- د - المنافسة الاحتكارية

(29) من الطرق الشخصية لتقديرات الطلب المتوقع :

- أ - طريقة التقدير الجماعي
- ب - المؤشرات القيادية
- ج - السلاسل الزمنية
- د - نماذج الانحدار

(30) تتمثل أولى خطوات التجزئة السوقية في :

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

31) استراتيجية التجزئة التي تسمح بالتخصص وتركيز الجهود و الموارد و تلائم المنظمات ذات الموارد المحدودة , هي استراتيجية :

- أ - السوق الكلي
- ب - التركيز السوقي
- ج - التنويع
- د - التعدد

32) يمثل احد اعتبارات و أسباب اختيار القناة التوزيعية الخاصة بالسوق , في :

- أ - الموقع الجغرافي
- ب - طبيعة المنتج
- ج - الموارد المالية للمنظمة
- د - رغبة المنتج في السيطرة على القناة التوزيعية ورقابتها

33) القياس الكمي للطلب المتوقع هو تعبير عن :

- أ - مرونة الطلب
- ب - حجم الطلب
- ج - تقدير الطلب
- د - منحنى الطلب

34) عدد اشكال المنتج في خط انتاجي واحد هو تعبير عن :

- أ - تناسق المزيج السلعي
- ب - طول المزيج السلعي
- ج - عمق المزيج السلعي
- د - نطاق المزيج السلعي

35) مرحلة دورة حياة المنتج التي تتميز بطول فترتها قياسا بالمراحل الاخرى , هي مرحلة :

- أ - التقديم
- ب - النمو
- ج - النضج
- د - التدهور

36) من متطلبات سياسة اختراق السوق على اساس السعر المنخفض :

- أ - عدم حساسة السوق للأسعار
- ب - القدرة على تخفيض التكاليف لزيادة المبيعات
- ج - ارتفاع القدرة الشرائية للعملاء
- د - قلة عدد المنافسين

(37) يتم الوقوف على مستوى التفاعل والفهم المتحقق من عملية الاتصال من خلال :

- أ - محتوى الرسالة
- ب - الرسالة
- ج - التغذية العكسية
- د - وسيلة الاتصال

(38) الامر الذي يعبر عن شيء فطري لدى الانسان يتعين عليه اشباعه , هو :

- أ - الرغبات
- ب - الحاجات
- ج - المنتجات
- د - التبادلات

(39) كل مما يأتي يعتبر من شروط عملية التبادل ماعدا :

- أ - كل طرف يعتبر التبادل حلا لمشكلته
- ب - كل طرف يمتلك حاجة يمكن ان تكون ذات قيمة للآخر
- ج - كل طرف يقبل ان يسلم ما تم تبادله
- د - كل طرف ملزم بقبول عرض الآخر

(40) نستخدم في التسويق عبارة السوق للحديث عن :

- أ - العرض
- ب - الطلب
- ج - الصناعة
- د - قطاع النشاط

(41) مرحلة تطور المفهوم التسويقي التي ركز فيها المنتجون على جودة المخرجات على اعتبار ان المنتج الجيد يبيع نفسه , هي مرحلة :

- أ - التوجه بالإنتاج
- ب - التوجه بالمبيعات
- ج - التوجه التسويقي
- د - التسويق المتكامل

(42) مرحلة تطور المفهوم التسويقي التي تعني وتهم جميع الاطراف العاملين بإدارة التسويق دون باقي الإدارات هي – مرحلة :

- أ - التوجه بالإنتاج
- ب - التوجه بالمبيعات
- ج - التوجه بالمستهلك
- د - التسويق المتكامل

43) استراتيجية الترويج التي تعتمد على خلق الطلب مباشرة من المستهلك بتركيز الأنشطة الترويجية عليه , هي استراتيجية :

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

44) مقياس درجة الإشباع المتحققة لدى العميل من المنتج هو تعبير عن :

- أ - القيمة
- ب - الرضا
- ج - التكلفة
- د - الحيازة

45) من عناصر البيئة التسويقية الخارجية المباشرة :

- أ - البيئة الديمقراطية
- ب - البيئة الطبيعية
- ج - إمكانات المنظمة المالية
- د - الموردون

46) مجموعة العناصر التي تتفاعل فيما بينها لتحقيق هدف معين , هي تعبير عن :

- أ - النظام
- ب - المنظمة
- ج - التنظيم
- د - البيئة التسويقية

47) وظيفة بحوث التسويق التي تتعلق بجمع و تقديم حقائق معينة عن المواضيع المدروسة ، هي

- أ - الوظيفة الوصفية
- ب - الوظيفة التنبؤية
- ج - الوظيفة التشخيصية.
- د - وظيفة التوقع

48) التسويق المباشر هو أحد مكونات عنصر :

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

(49) يعرف عن مشكلة البحث التسويقي انها :

- أ - تتعلق بالفرص وليس بالمخاطر
- ب - تتعلق بالمخاطر وليس بالفرص
- ج - تتعلق بالمخاطر أو بالفرص
- د - لا تتعلق لا بالمخاطر ولا بالفرص

(50) البيئة التي تتعلق بجملة العوامل التي لا تخضع لسيطرة المنظمة و يتعين على هذه الأخيرة التكيف معها ، هي بيئة المنظمة :

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

دعواتي لكم بالتوفيق ..

لاتنسوني وأحبتي من صالح دعائكم ..

.. marsella ..