

بسم الله الرحمن الرحيم

إدارة الأعمال الصغيره .. المحاضره الثانيه عشر .. { نماذج الاختبارات السابقه }
[أسئلة اختبار - إدارة الأعمال الصغيره - د / محمد دليم القحطاني]

(1) تتأثر عملية تسعير السلع والخدمات بـ:

- الأهداف العامة للمشروع
- الغاية من المنتج أو السلعة التي سيقدمها المشروع
- مرونة الأسعار ووفرة الموارد الداخلة في عملية انتاج السلع والخدمات
- جميع ما سبق

(2) التسعير هو أحد عناصر المزيج:

- المالي
- التسويقي
- الترويجي
- الإنتاجي

(3) عند بناء استراتيجية التسعير في الأعمال الصغيرة لابد من مراعاة الآتي:

- وضع أعلى سعر للسلعة أو الخدمة ومراعاة الوضع التنافسي
- أن يتحلى السعر بالمرونة اللازمة في حالة الزيادة والنقصان
- الاجابة أ و ب
- وضع السعر الذي تراه المؤسسة الصغيرة دون النظر إلى أسعار المنافسين

(4) عند بناء استراتيجية التسعير في المشروعات الصغيرة لابد من مراعاة التالي:

- مرونة السعر
- الحد الأعلى في السعر
- دراسة الوضع التنافسي بشكل عام
- جميع ما ذكر

(5) واحدة من الاتي تراعى عند بناء استراتيجيات التسعير بالمشروعات الصغيرة :

- التحليل البيئي
- التحليل الضمني
- التحليل النفسي
- التحليل الفعلي

(6) عندما تسعر السلعة كما يسعرها المنافسون فإن هذه الفلسفة تسمى:

- التسعير المستند إلى السعر التنافسي
- التسعير المستند إلى الزبائن

- التسعير المستند إلى التكلفة

- أ + ج

(7) واحدة من الاتي ليس من طرق التسعير المستند إلى السعر التنافسي:

- تسعير السلعة كما يسعرها المنافس

- تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن

- البحث عن حصة سوقية أوسع

- تحديد السعر بهدف زيادة المبيعات

(8) تحديد السعر لتوسيع قاعدة الزبائن يسمى أحيانا :

- تسعيرة اختراق السوق

- تسعيرة حصة السوق

- تسعير المنافسين

- تسعير التكلفة

(9) من الفلسفات التالية لا يقع ضمن فلسفة عملية التسعير :

- التسعير المستند إلى التكلفة

- التسعير المستند إلى السعر التنافسي

- التسعير المستند إلى الربح فقط

- التسعير المستند إلى الزبائن

(10) للوصول إلى تسعيرة ناجحة للمشروع ينبغي:

- أن تقارن الأسعار مع المنافسين الآخرين

- أن يتمسك المشروع باستراتيجية دقيقة جدا في التسعير

- أن يكون المشروع مرنا في التسعير

- أن تتولى المالية هذه المسؤولية

(11) أن فهم الإطار الجغرافي والديمغرافي للسوق يندرج تحت إطار :

- تحليل سوات SWOT

- تقسيم السوق

- المزيج التسويقي

- تحليل اثنان من القوى التنافسية الخمس