

السؤال 1

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

خطأ ☐ صواب ☐

السؤال 2

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

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

السؤال 3

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

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

السؤال 4

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

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

السؤال 5

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

- ☐ A. إختلاف الخصائص الديموجرافية.
- ☒ B. إن قيمة المشتريات قليلة القيمة نسبيا في المرة الواحدة.
- ☐ C. كل ما سبق.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال 6

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.

السؤال 7

تنقسم سلع الإستقرار إلى ثلاثة أنواع هي: سلع معتادة ، سلع اضطرارية و -----.

- ☐ A. سلع تعاونية.
- ☐ B. سلع إستهلاكية.
- ☒ C. سلع شراء فوري.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال 8

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 الإضطرابية.
- ☐ B. سلع التسوق.
- ☒ C. السلع الخاصة.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال 9

هي أوجه النشاط غير الملموس التي تهدف إلى إشباع الرغبات و الحاجات الخاصة بالمستهلك الأخير، بحيث لا يقترن ذلك ببيع سلعة معينة.

- ☐ A. الخدمات الإنتاجية.
- ☐ B. السلع الإنتاجية.
- ☒ C. الخدمات الاستهلاكية.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال 10

، ارتباط الخدمة بشخصية مقدمها ، و----- من أهم خصائص الخدمات: الملموسة

- ☐ A. الفناء.
- ☐ B. التلازم.
- ☒ C. عدم القابلية للتخزين.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال 11

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

- ☒ خطأ
- ☐ صواب

السؤال 12

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

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 شئ مما سبق.

السؤال 14

هى وجود ميزة يتمتع بها المنتج تعطيه ميزة قوية على منتجات المنافسين. فهل هي...؟

- ☒ A. ميزة تسويقية لها آثار عامة.
- ☐ B. الميزة التنافسية فى التكلفة على مستوى السوق.
- ☐ C. العمل من خلال أقسام سوق مربحة.
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال 15

من الأسباب التي تدعونا إلى تحليل المنافسة ما يلي: الرغبة فى مواجهة الداخلين الجدد و الذين يرغبون فى تقديم نفس المنتجات، الرغبة فى مواجهة التغير فى تطلعات العملاء ، و رغباتهم المتزايدة فى تكلفة أقل و جودة أعلى ، و-----.

- ☐ A. مقاومة ما يقوم به العملاء.
- ☐ B. مواجهة تحديات التطور فى المنافسة .
- ☒ C. التعامل بشكل أفضل مع التطور التكنولوجى .
- ☐ D. لا شئ مما سبق.

السؤال 16

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 شئ مما سبق.

السؤال 17

تتميز نظم المعلومات التسويقية بما يلي: توليد تقارير منتظمة، إيجاد منظومة من البيانات، و-----.

- ☐ A. توليد بيانات في التوقيت المناسب.
- ☒ B. استخدام نماذج رياضية وإحصائية بالغة التعقيد.
- ☐ C. كل ما سبق.
- ☐ D. لا شيء مما سبق.

السؤال 18

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 إلى 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.

السؤال 19

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

- ☐ خطأ
- ☒ صواب

السؤال 20

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.